Studies in Canadian Export Opportunities in the U.S. Market

Bakery Products

STUDIES IN CANADIAN EXPORT OPPORTUNITIES IN THE U.S. MARKET

BAKERY PRODUCTS

MAY, 1989

PEAT MARWICK CONSULTING GROUP
OTTAWA

89-05285/

For additional copies please write or call:

Info Export (BTCE)
The Department of External Affairs
125 Sussex Drive
Ottawa, Ontario
K1A 0G2

1-800-267-8376

Ottawa: (613) 993-6435

External Affairs Canada
Affaires extérieures Canada

The information provided in this report was prepared by Peat Marwick Consulting Group for the Department of External Affairs. As such, the analysis and conclusions in this report are those of Peat Marwick and not of the Department of External Affairs.

Peat Marwick Consulting Group and the Department of External Affairs advise that this report should not be relied upon as the sole representation of the future prospects of any opportunities that are pursued. Each company must rely upon its own inspection and investigation in order to satisfy itself as to the extent of the opportunity and the credentials of the buyer. Nevertheless, the Department of External Affairs is prepared to offer individual counselling and advice to companies wishing to pursue opportunities arising out of either these studies or other market development opportunities.

STUDIES IN CANADIAN EXPORT OPPORTUNITIES IN THE U.S. MARKET

BAKERY PRODUCTS

TABLE OF CONTENTS

	Page
EXECUTIVE SUMMARY	1
I - STUDY OBJECTIVES	3
II - CONCLUSIONS OF THE PEAT MARWICK STUDY	4
III - U.S. IMPORTS OF BAKERY PRODUCTS	6
Sector Definition	6
U.S. Imports 1982-87	7
U.S. Industry Outlook	9
IV - MARKET STUDY	12
Survey of U.S. Importers	12
Survey of U.S. Associations	15
V - BACKGROUND	17
Study Approach	18

APPENDICES

Appendix 1	- U.S. Importers Seeking Sources of Supply for Specific Products	23
Appendix 2	- U.S. Importers Generally Seeking Sources of Supply	27
Appendix 3	- 1987 Imports of Bakery Products (Schedule A 48.4)	35
Appendix 4	- 1987 U.S. Imports of Selected Bakery Products from Europe and Japan by Country	37
Appendix 5	- 1982 - 1987 U.S. Imports of Selected Bakery Products	39
Appendix 6	- Current U.S. Tariffs on Canadian Bakery Products and Schedule for their Removal under the Free Trade Agreement	41
Appendix 7	- Countries of Origin and Respondents' Level of Satisfaction	45
Appendix 8	- U.S. Industry Trade Fairs and Publications	47
Appendix 9	- Canadian Government Trade Contacts in Canada and the United States	51

EXECUTIVE SUMMARY

This report addresses one of approximately 80 sectors reviewed as part of a broadly-based study commissioned by the U.S. Trade, Tourism and Investment Development Bureau of the Department of External Affairs. The objective of this study is to provide a preliminary indication of potential opportunities for the expansion of Canadian exports into the United States. The findings in each report are based on an analysis of U.S. trade statistics and a limited survey of U.S. importers and trade associations from a broad cross-section of the U.S. industry.

The purpose of each report is to assist Canadian companies in identifying potential export opportunities that may justify further investigation. While the reports do not provide analyses of Canadian export industries or their international competitiveness, they do provide other kinds of information that should be useful. For example, each report provides information on individual companies that have indicated an interest in new sources of supply, some of which are quite specific. Information on U.S. import market size and shares and on industry publications and trade fairs that the companies surveyed felt were most useful is also provided. As such, individual reports in the series should be of particular interest to small and medium-sized Canadian companies that either are not yet exporting or that would like to increase their level of exports to the United States.

Bakery Products is one of the sectors examined during the study. A survey of U.S. importers of bakery products was conducted to determine the effects of the devaluation of the U.S. dollar and potential opportunities for Canadian manufacturers. The results of the survey were significant. Over 90% of the respondents reported that the devaluation of the U.S. dollar had increased the costs of their imported bakery products. The majority, as a consequence, were interested in hearing about Canadian sources of supply for possible substitution for higher priced imports now being purchased. Importers indicated a preference to receive information from Canadian firms via the mail or at trade fairs. Lack of availability in the domestic market is the key consideration in the decision to import.

Information on companies which are interested in new sources of supply of bakery products has been compiled as well as on those who are seeking specific types of bakery products. Information on popular U.S. trade fairs and publications is also provided.

The survey of U.S. industry associations showed that Canada is viewed as a capable supplier of bakery products to the U.S. market.

I - STUDY OBJECTIVES

This report is one of a series covering approximately 80 manufacturing sectors commissioned by the U.S. Trade, Tourism and Investment Development Bureau of the Department of External Affairs and written by Peat Marwick. The series is designed to provide a preliminary indication of Canadian export opportunities in the United States that may now exist as a result of the rising cost of offshore imports. The information provided about the nature and size of the U.S. import market, as well as leads and marketing intelligence, should help Canadian companies to determine whether further investigation of opportunities is justified and, if so, to begin such followup. The reports are likely to be of particular interest to small and medium-sized Canadian companies that either are not exporting or would like to increase their exports to the United States.

Each sector report identifies the major products imported into the United States from developed countries, explores the effect that the devaluation of the U.S. dollar has had on the price of these imports and indicates which of these products might provide Canadian suppliers with increased export opportunities in the United States. The U.S. Department of Commerce's segmentation of statistics, upon which the review of U.S. imports is based, does not always correspond to the traditional definitions of product sectors in Canada. In a few reports, therefore, there are some differences between the products discussed in the report and those commonly included within that sector. Definitions of what products are covered in each report are, however, provided in all cases so that such differences can be identified and taken into account.

The report also identifies some initial export leads for Canadian manufacturers, lists trade fairs and industry publications favoured by U.S. importers, examines the U.S. importers' perceptions of the impact of a Free Trade Agreement between Canada and the United States on their purchases of Canadian products and provides the relevant tariff tables outlining the implementation stages of the Free Trade Agreement. Analysis of Canadian export industries or international competitiveness was outside the scope of these reports. For specific information on export marketing of their product, Canadian companies are invited to contact the U.S. Trade, Tourism, and Investment Development Bureau or the appropriate Canadian Trade Commissioner in the United States (addresses in final appendix).

II - CONCLUSIONS OF THE PEAT MARWICK STUDY

The bakery industry encompasses a range of product sectors. The products included in this study are plain and fancy biscuits including soda and sweet biscuits, bakery products including leavened bread, sweet buns and frozen pastry. These products account for the largest U.S. imports of bakery products.

The U.S. market for bakery products is expected to exceed $23 billion (U.S.) in 1988 and imports are expected to increase by 9% to $350 million (U.S.). Major foreign suppliers to the U.S. market are Canada, Denmark, West Germany, United Kingdom, Japan and Italy.

The survey conducted early in 1988 indicated that over 90% of respondents were facing rising costs for their European (and to a lesser extent, their Japanese) imports due to the devaluation of the dollar. As a consequence, many expressed interest in looking at Canadian sources of supply as alternatives. Approximately 20% of U.S. importers contacted reported that they would increase their purchases from Canada in the event of a Free Trade Agreement between Canada and the United States. Many, however, felt that such an agreement would not alter their purchasing patterns. U.S. importers interested in Canadian products said that they would prefer to obtain product information directly from the company through brochures and product listings and through attendance at trade fairs. Availability of the product in the United States was the key consideration in the importers' decisions to source outside the United States while price was the least significant. Product quality was important to approximately 25% of the respondents, while a few of those surveyed imported products to supplement their domestic supplies. The survey of U.S. associations connected with the bakery industry indicated that Canadian goods are well regarded in the U.S. market.

Some specific opportunities have been uncovered during the course of this survey. Sources of supply are being sought for specialty biscuits and crackers and baking products in general.

Information on these companies is found in Appendix 1, while a list of companies generally interested in knowing more about Canadian sources of supply of bakery products has been compiled in Appendix 2.

The Department of External Affairs recommends that Canadian firms should consult the Canadian Trade Commissioner located closest to each company being considered for contact prior to doing so in order to obtain advice, assistance and further company information. Canadian government contacts in Canada and the United States are provided in Appendix 9.

III - U.S. IMPORTS OF BAKERY PRODUCTS

This chapter provides information on recent levels and trends of U.S. imports and a summary of short-term prospects for this sector. Where there are differences in sector definitions between these sources, or between them and definitions generally used in Canada, such differences are noted, along with any known implications. In order to improve the usefulness of the information, a definition of which products within the sector are being reported on, and how they were selected, is also provided.

SECTOR DEFINITION

The products discussed in this report were selected on the basis of the customs value of U.S. imports from Japan, Europe, and Canada, as reported by the U.S. Department of Commerce (USDOC). The sector definitions used by USDOC effectively defined the products available for inclusion in this report. The selection of products was achieved by first screening all the USDOC broad product groupings, as expressed in 4-digit codes (e.g., bakery products [Schedule A 48.4]). Where combined imports from Japan, Europe and Canada were significant, the list of products was further refined at the more detailed and specific 7-digit level (e.g., biscuits, cakes, pastry, and similar baked products including inedible wafers [Schedule A 0484020]).

Appendix 3 displays 1987 U.S. imports of all 7-digit products or product groups belonging to the 4-digit category selected for the bakery products report. The initial selection of products or product groups was based on a minimum of $80 million (U.S.) of 1986 imports into the United States from Japan, Western Europe and Canada. Following consultation with industry and government officials with expertise in the bakery products sector, other products and product groups which did not meet the above criteria were included where there appeared to be significant commercial interest. Some products and product groups were deleted because there was insufficient commercial interest. Further details on this selection process are provided in Chapter V, Background. Due to refinements of sector definitions and other adjustments, there may be some differences between figures in this report and those in the Overview report published in June 1988. In such cases, the numbers in this report take precedence.

On the basis of the above process, the following products and product groups were selected to be the subject of this report:

- Bread made with the use of yeast as a leavening substance (Schedule A 0484010).
- Biscuits, cakes, pastry, and similar baked products including inedible wafers (Schedule A 0484020).

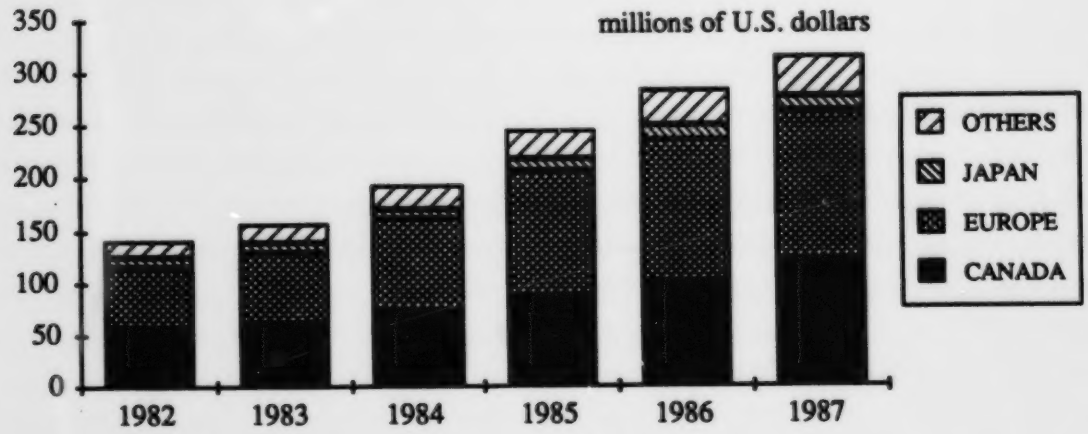
U.S. IMPORTS 1982-87

A breakdown of 1987 imports of selected bakery products by country is presented in Appendix 4. Europe accounted for 45.8% of total U.S. imports in 1987. The primary suppliers were Denmark (16.5%) and West Germany (8.1%).

The continuing increase of imports from foreign countries provides an indication of the changing market within the United States for bakery products. Between 1982 and 1987, total U.S. imports of bakery products increased from $141.7 million (U.S.) to $317.1 million (U.S.) (See Chart 1, below). Appendix 5 illustrates the value of imports between 1982 and 1987 for each individual product group.

CHART 1

TOTAL U.S. IMPORTS OF SELECTED BAKERY PRODUCTS



Source: *U.S. General Imports and Imports for Consumption*, U.S. Department of Commerce

In the bread category (Schedule A 484010), U.S. imports from all countries reached $38 million (U.S.) in 1987. This was an increase of 61% over 1982 imports of $23.6 million (U.S.). Canada is the major foreign supplier of this product with over 75% of all imports. During this five-year period, Canada's bread sales to the United States increased from $19.2 million (U.S.) (81% of the total) to $28.7 million (U.S.) in 1987. This represented a 50% increase over the five years.

In the larger biscuits, cakes, etc., category (Schedule A 484020) the United States imported $277.1 million (U.S.) from all countries in 1987. This was a healthy increase of 117% from the 1982 figure of $118 million (U.S.). Canada is the major supplier in this category also, with 33% of the total imports. In 1982 Canada exported to the United States $39.3 million (U.S.) (33% of the total) and in 1987 increased its exports to $91.3 million (U.S.) (33% of the total). The increase over the five years was 132%.

Significant sales in this biscuit, cake category come from Denmark, West Germany, United Kingdom, Japan and Italy. The sales from these five countries to the United States totalled $47 million in 1982 and rose to $100 million in 1987, an increase of 113%. In 1987 the share of all imports by these five countries was 45%, as compared to 40% in 1982. The products exported from these countries to the United States are not normally the type or kind that are manufactured in Canada. Denmark's tinned butter cookies, West German gourmet packaged cookies and British shortbreads are typical of the European imports.

As a result of rising prices of Japanese and European imports, it appears that there is opportunity for further growth in Canada's market share of U.S. imports of bakery products, and there exist Canadian manufacturers able to supply the U.S. market. Under the Free Trade Agreement between the United States and Canada, these opportunities are not expected to change dramatically since most items are duty free. For the few tariff items duties, range from 5% to 10%. All tariffs, however, will be removed by 1998. The current tariffs on bakery products are to be reduced in ten equal stages. A full listing of tariffs is found in Appendix 6.

Prospects for Canadian Exporters

A number of Canadian bakery establishments are already exporting to the United States. These exports in 1987 amounted to $120 million (U.S.) according to U.S. import statistics, or $151.5 million (Cdn.) according to Canadian export statistics. The products supplied cover a broad range

and included crackers, English muffins, frozen dough, garlic bread, bulk cookies, dessert cakes and crisp breads.

The new exporter should investigate the United States as a natural extension to its own market area. Assistance is available to new exporters through the "New Exporter to Border States" missions (NEBS) or Solo Food Shows. The NEBS program is run by the various International Trade Centers (ITC's) across Canada in co-operation with the trade sections of the Canadian Consulates located in the United States. The Solo Food Shows are informal, half-day events where Canadian food companies show their products to the food industry of the United States. These are held annually in Seattle, Minneapolis, Cleveland, Buffalo, Boston, and other major cities. Further information can be provided by the contacts listed in Appendix 9.

Once it has been determined that a market exists and a commitment has been made to pursue this market, the ingredients and labels of the products concerned must be reviewed to ensure that they comply with the laws and regulations of the United States. The Market Access Section of the United States Trade Relations Division (UET) of the Department of External Affairs can assist in this process.

U.S. INDUSTRY OUTLOOK

This section is based on the *1988 U.S. Industrial Outlook* published by the USDOC. This information provides a general forecast of short-term prospects and gives an indication of expected trends and developments in the U.S. bakery products sector. While such information may be of interest, readers should proceed with caution in utilizing the data for the following reasons.

Firstly, although the USDOC is the source of both the "U.S. Imports 1982-87" (summarized above) and the "U.S. Industry Outlook", two different systems of product classification are used. Differences may not be obvious. In some cases, slightly different titles reflect very similar sets of products; in others, similar titles for sectors or product groups encompass a slightly different mix of products. Thus the market forecasts in the "U.S. Industry Outlook" section may cover a slightly different mix of products than the rest of this report.

Secondly, while most sections of the "U.S. Industry Outlook" address the entire sector, others address specific products or product groups. Forecasts made at both levels should be assessed

carefully, as they may differ significantly from the prospects of any individual product included within them. It is therefore recommended that outlook data be used only as a general indication of sectoral prospects in the near term.

This section has also been supplemented by information provided by the Agri-Food Division of External Affairs.

The United States Bakery Market

The value of the market for bakery products in the United States is forecast to exceed $23 billion (U.S.) in 1988. This forecast is detailed in the *United States Industrial Outlook - 1988*, as produced by the USDOC. The $23 billion (U.S.) is derived by taking the forecast value of shipments of $22,731 million (U.S.), adding the forecast value of imports of $350 million (U.S.) and subtracting $60 million (U.S.) of projected exports. This projection is an increase of 3% from $21,989 million (U.S.) of shipments in 1987. Imports are expected to increase by 9% to $350 million (U.S.) with exports to increase by 12% from 1987.

The value of shipments of the baking industry is divided into two groups; bakery products (statistical item #2051) and cookies and crackers (statistical items #2052). Of these two groups, shipments of bakery products are expected to reach $15.1 billion (U.S.), a 2.3% increase over 1987. Cookies and crackers are forecast to top $7.6 billion (U.S.) in 1988, which would give them a healthy increase of 5.6% over the previous year.

In comparison, the Canadian baking industry's value of shipments in 1985, were just under $2 billion (Cdn). Canadian statistics divide the bakery industry into two categories; bread shipments of $1,455.5 million (Cdn)and biscuit shipments of $494 million (Cdn).

Per Capita Consumption Bakery Products

Per capita consumption of bakery products in the United States has been on a decline for most of this decade. Total consumption in 1982 was 90.7 pounds of bakery products per person. This amount declined to 89.6 pounds in 1986, and experienced a further drop to 89.5 pounds in 1987.

Per Capita Consumption, 1982 - 87, pounds per person

	1982	1986	1987
Breads	46.2	45.3	45.2
white	(27.6)	(26.6)	(26.5)
varieties	(16.0)	(16.6)	(16.8)
Rolls	14.1	13.3	13.0
Sweet yeast goods	3.4	3.5	3.5
Soft cakes	5.5	5.3	5.3
Pies	2.1	2.0	1.9
Cake-type donuts	1.9	1.8	1.7
Cookies	9.6	10.6	10.9
Crackers	7.9	7.9	7.9
Total	90.7	89.6	89.5

Source: *U.S. Industrial Outlook 1988*, U.S. Department of Commerce

Within this $20 billion (U.S.) market, however, certain bakery items have shown an increase in per capita consumption from 1986 to 1987. These are the variety type breads, sweet yeast doughnuts and cookies. Changes are also taking place in the market that are not reflected in the published statistics. These changes include the expansion of various donut chains, the emergence of fast food muffin outlets, the increased availability of specialty breads such as french, 7-grain, sourdough, garlic bread, bagels and microwavable bakery items.

This chapter has provided a definition of the products included within the scope of this report, the criteria used for their selection and a summary of U.S. imports of those products for 1982-87. Where available, a short-term outlook for the corresponding U.S. industry has also been provided. As this report is intended only to provide a sectoral overview and an indication of the opportunities that may exist for increased Canadian exports, individual readers are strongly encouraged to conduct more in-depth research on any potential opportunities identified.

Users of this report who are interested in undertaking further research into specific markets are also encouraged to contact any of the Canadian Government Trade Development offices listed in the final Appendix to this report to determine what assistance may be available to them.

IV - MARKET STUDY

SURVEY OF U.S. IMPORTERS

The U.S. importers of bakery products interviewed were selected from a variety of sources, including the report provided by the *Journal of Commerce Piers Port Import/Export Reporting Service*. This report contained three months' of 1987 shipping data and ranked importers from major developed countries by volume of imports. This list was supplemented by information provided by External Affairs' posts in the United States and by lists from trade associations and numerous industry publications.

As noted earlier, this series of reports on Canadian export opportunities in the United States covers approximately 80 product sectors. When the final reports are completed, over 4,000 interviews will have been carried out with U.S. companies. The number of interviews conducted for each sector varies from 30 to over 100 and is dependent on the level of concentration in the industry and the diversity of products within each sector. For this report on bakery products, 30 questionnaires were completed.

Interview Results

For the 30 respondents interviewed, Table 1, below, illustrates the number of respondents importing each product under consideration and the number of respondents that consider that product a major import.

Table 1

Product	Number of Respondents Importing each Product	Number of Respondents Reporting Product as Major Import
Soda biscuits	4	0
Sweet biscuits	13	6
Bread, leavened	4	0
Sweet buns	1	0
Frozen pastry	3	0
Biscuits, plain and fancy (except infant foods)	25	10
Bakery products (except pre-cooked frozen)	8	5

Of the U.S. importers surveyed, the most popular imports of bakery products were plain and fancy biscuits. Table 2 illustrates the major exporting countries supplying the U.S. importers surveyed, the number of respondents supplied by each country and the overall level of satisfaction of the importers for their suppliers. A fuller presentation of these results for all countries supplying products to the respondents is provided in Appendix 7.

Table 2

Country of Origin	No. of Respondents Being Supplied	Average Level of Satisfaction (Max = 5.0)
England	11	4.0
West Germany	10	4.0
France	8	3.9
Denmark	6	4.5
Italy	5	4.0
Canada	5	4.6
Netherlands	5	4.2
Sweden	5	4.8

The results of the survey show that the majority of the respondents were satisfied with their suppliers while a few expressed dissatisfaction with late deliveries, communication and shipping difficulties and errors in filling orders. The reasons given for purchasing from current suppliers included:

- not available in the United States (76.7% of respondents);
- superior quality (23.3% of respondents);
- supplementary supply for domestic sources (10% of respondents);
- lower prices (6.7% of respondents).

The majority of importers purchase throughout the year with only 10% of the respondents purchasing seasonally.

The overwhelming majority (93.3%) of the respondents reported that the devaluation of the U.S. dollar against many currencies had increased the cost of their imports and many expressed interest in learning more about Canadian products as possible alternative sources of supply. More than half had used Canadian sources of supply and the majority of these were satisfied with Canadian suppliers. A few of those who had never tried Canadian products expressed a lack of interest in hearing more about Canadian companies and the products available. The reasons given for their lack of interest were:

- the imported product was not available in Canada;
- Canadian products were expensive;
- Canada lacked appropriate product knowledge.

The majority of U.S. importers responding to the survey were interested in receiving product listings and prices in the mail from the Canadian firm (92.6%). A large proportion also obtain information from trade fairs (81.5%), while more than half would welcome direct contact by the Canadian manufacturer. They were less enthusiastic about contacts by distributors and representatives or by visiting the Canadian firm themselves. The most popular trade fairs were the "Fancy Food Shows" in the United States and Canada and the "National Food Distributors Association Fair" in the United States. Industry publications were also found to be popular sources of information on products and sources of supply. The major publications read are *Specialty Food Magazine* and *Fancy Food Magazine*. These and other major U.S. industry publications are listed in Appendix 8.

In response to the question of the effect on their purchasing policy of a Free Trade Agreement between Canada and the United States, two-fifths of U.S. importers contacted reported that they would certainly increase their purchases from Canada. Close to half of the respondents, however, felt that the Agreement would not have any effect, while the remainder had not considered the impact of such an agreement. Current barriers to sourcing from Canada were stated as import duties and direct competition in Canada. While 96.3% of the respondents are interested, in general, in hearing from Canadian companies about available products, three U.S. importers are currently seeking sources of supply for specific products. These firms are:

- **Gourmet France** for baking products in general;
- **Schaffer Clarke** for baking products;
- **Skandia Foods** for specialty biscuits and crackers.

More information on these companies is found in Appendix 1, and a listing of U.S. importers who are interested in Canadian sources of supply of bakery products in general is found in Appendix 2.

SURVEY OF U.S. ASSOCIATIONS

U.S. industry associations were contacted in order to supplement information provided by individual importers and to provide an industry perspective on trade in the bakery products industry. The industry associations contacted and their mandates are as follows:

- American Institute of Baking (AIB) is a non-profit organization geared to nutrition and food research. They also serve as a source of information for food research and sanitation;
- Cookie and Snack Bakers Association (CSBA) which is an umbrella organization for smaller bakeries.

The associations were interviewed to provide the following information:

- market trends for the bakery products industry;
- the effect of the devaluation of the U.S. dollar on U.S. trade in bakery products;
- major industry trade fairs;

- major industry publications;
- the potential effect of Free Trade on Canada-U.S. trade in bakery products;
- their opinion on the strengths and weaknesses of the Canadian bakery products industry.

Interview Results

The associations predict a growth in cookies and crackers sales, as well as a slight increase in the sales of sliced bread. However, this increase is not expected to be a large one. The devaluation of the U.S. dollar is expected to boost exports especially in flour and grain sales. Imports of gourmet and specialty foods are expected to increase over the next five years, and Brazil is expected to play a prominent role in the increase in these U.S. imports. The Free Trade Agreement is not expected to have a great impact on sales between Canada and the United States. Some specialty items from Canada into the United States may increase slightly in the event of such an Agreement.

The Canadian bakery products industry is positively perceived by the U.S. Associations. Canada is considered very competitive especially in certain aspects as a result of certain factors such as the lower price of sugar.

The associations have provided names of industry publications and trade fairs of interest to their members. These are listed in Appendix 8.

V - BACKGROUND

Several years ago, the United States was incurring modest trade deficits which were offset by more than $140 billion (U.S.) in payments from abroad on U.S. foreign investments. The U.S. budget was usually in deficit, but this was again more than offset by domestic savings. The net effect was a positive current account balance.

As the U.S. economy picked up steam after the 1981-82 recession, demand rose faster than output. Imports increased drastically to fill the gap. By the end of 1983, the trade deficit had ballooned to nearly $69 billion (U.S.). These events continued into 1985, resulting in a trade deficit of $148 billion (U.S.). The federal budget deficit more than doubled as a share of GNP, and savings fell to record lows.

Under this pressure, the U.S. dollar began to lose value on the international exchange market. By the end of 1987, the U.S. dollar lost 48% of its value against the Japanese yen, 48% against the German mark, 44% against the Danish krona, 43% against the French franc, and 39% against the Italian lira. In fact, the U.S. dollar had fallen against all major western industrialized countries except Canada. By the end of 1987, the trade deficit reached a record $171 billion (U.S.) as import prices rose faster than the fall in import volumes.

The 1988 third quarter figures show the value of U.S. currency stabilizing relative to most western industrialized countries. The past currency adjustments are only slowly being translated into changes in trade patterns. Exporters to the United States who are able to pare their profits for many months have been forced to raise prices. No immediate changes were reflected in the trade figures, as the dollar volumes were maintained while the unit volumes dropped.

The 1988 trade deficit estimates ($125 billion (U.S.)) suggest that the realignment of currencies is finally having the desired effect. Stubbornly high imports seem to be responding to the weaker U.S. dollar. However, some analysts believe that the U.S. dollar must fall further in order to get the trade deficit below the $100 billion (U.S.) level.

While the Canadian dollar has strengthened recently against the U.S. dollar, its value, for the most part, has moved in parallel with the value of the U.S. dollar relative to other international currencies. These developments should help stimulate two-way trade between Canada and the

United States. The increased value of developed country currencies against North American currencies should increase the opportunities for Canadian manufacturers and service suppliers to sell into the United States, and likewise for U.S. manufacturers and service industries to sell into Canada.

STUDY APPROACH

The overall study approach for analyzing the opportunities for Canadian suppliers to replace European and Japanese imports into the United States started at a fairly high level of product aggregation for all U.S. imports. Through the application of selection criteria, the focus of the analysis was progressively narrowed to those opportunities at the lowest available level of product disaggregation that would most likely result in increased Canadian exports into the U.S. market. The progression also involved moving from the identification of such opportunities, using statistical analysis, to substantiating the opportunities through interviews with representatives of U.S. purchasers of imports from developed countries.

In determining export opportunities for Canadian suppliers, U.S. import statistics were assembled for the years 1981 through to 1985. A five-year time period was chosen in order to distinguish between "established" import markets and "temporary" import markets. Where imports of European and Japanese goods into the United States have had sustained volumes over a period of several years, it is less likely that these imports represent a short-term phenomenon or that U.S. purchasers would be able to quickly change their sourcing to domestic suppliers. For the initial screening, U.S. Schedule A import statistics were compiled at the 4-digit level.

All U.S. imports (at the 4-digit level) from developed countries with import values exceeding one million dollars (U.S.) were identified for the selected years and placed in descending order of value. From this list, the U.S. Trade, Tourism and Investment Development Bureau initially chose 26 for further analysis. Each commodity was broken down into a finer level of classification, the 7-digit level, and an investigation made to determine whether there existed any Canadian firms that produced similar products and could pursue the opportunities which may be uncovered. The expansion of the Schedule A codes from the 4-digit level to the 7-digit level was fairly straightforward, and a listing of these commodities and their import customs value was prepared for 1986. The Canadian firms were identified by accessing the Department of External Affairs' WIN database. This computerized database, accessible at all major posts abroad, contains

information on Canadian manufacturers and the products they produce. It should be noted that although the WIN database is not yet complete, it is sufficiently advanced for the purposes of this study.

From this list, those products or product groupings having combined Japanese, European and Canadian imports of over $80 million (U.S.) in 1986 were identified for further analysis. Following consultation with industry and government officials with expertise in each sector, other products and product groups which did not meet the above criteria were added to the sector where there appeared to be significant commercial interest to have them included. Some products and product groups were deleted because there was insufficient commercial interest in them.

The next stage in the analysis was to identify major U.S. importers of the commodities selected, to develop a questionnaire and to interview the importers. A questionnaire was designed to determine, for each company contacted:

- What were the major products being imported?
- What were the countries of origin of these imports? What was their level of satisfaction with each of their suppliers?
- Why were domestic products not used?
- What effect did the devaluation of the U.S. dollar have on the price of the imports?
- Were Canadian sources ever used? If so, were they satisfied with Canadian suppliers?
- Would the company be interested in knowing more about Canadian sources of supply?
- How would they like to receive information from Canadian suppliers? What information sources do they use to make purchasing decisions?
- Are there any seasonal patterns in purchasing?
- Do the companies face barriers to sourcing from Canada?
- Will a Free Trade Agreement between Canada and the United States affect their purchasing policy?

Telephone interviews were conducted with major importers and, when requested, questionnaires were mailed out.

It was recognized that there were a variety of reasons why, in certain situations, the rise in price of imported goods would not translate into significant opportunities for Canadians to export into the U.S. market. These included:

- Other attributes of the commodity outweigh considerations of price, i.e., quality, design, etc.;
- The commodity is an input into a final product, and the value of the input relative to the final product is minimal;
- A long-term supply relationship has been established between the U.S. purchaser and current exporters whereby the U.S. customer relies on the exporter's proven ability to respond quickly to needed changes;
- The U.S. purchaser is a captive customer of the parent company;
- The U.S. purchaser is restricted by licence from buying other suppliers' goods;
- Domestic sourcing is a viable option;
- The imported commodity is a luxury good with relatively non-price-sensitive demand.

Therefore, the questionnaire was also designed to determine the extent to which these and other factors may restrict the opportunities identified by the statistical analysis.

Following the importer survey, U.S. associations representing the industry were interviewed to obtain information on a sectoral basis. These associations provided information on:

- The market trends for the industry;
- The effect of the devaluation of the U.S. dollar on the industry;
- The potential effect of Free Trade on Canada-U.S. trade for the industry;
- Their opinion of the strengths and weaknesses of the Canadian industry.

The results of all these steps were summarized in a draft report for each sector and submitted for review to an industry expert, the relevant Canadian industry association(s) and the ISTC official responsible for the sector.

APPENDIX 1

U.S. IMPORTERS SEEKING SOURCES OF SUPPLY FOR SPECIFIC PRODUCTS

Name:	Gourmet France
Address:	9373 Remick Avenue Pacoima, CA 91331 U.S.A.
Contact:	Mr. Thierry Reux, Purchasing Agent
Telephone:	818-768-4300
Fax:	818-504-9126

- Imports cookies, biscuits and bread from France, Italy, Spain and Indonesia.
- Availability is a significant consideration in the decision to import.
- Has been very satisfied with Canadian sources of bakery products.
- Has no preference as to method of receiving information on a Canadian firm.
- Reads *Gourmet Retailer*.
- Actively seeking sources of supply for baking products and sun-ripened tomatoes in oil.

Name:	Schaffer Clarke
Address:	1445 E. Putman Avenue Old Greenwich, CT 06870 U.S.A.
Contact:	Mr. Karl Pimat, General Manager of Imports
Telephone:	203-637-7887

- Imports crisp bread and crackers from the United Kingdom, Sweden, and West Germany.
- Availability is a significant consideration in the decision to import.
- Has never tried Canadian products.
- Prefers brochures directly from the Canadian firm.
- Actively seeking sources of supply for baking products.

Name:	Skandia Foods
Address:	615 Eastbrook Drive Arlington Heights, ILL 60005 U.S.A.
Contact:	Mr. Jack Berntson, President
Telephone:	312-364-9704

- Imports soda biscuits, sweet biscuits and rusks from West Germany, France, Ireland and Scandinavian countries.
- Has been very satisfied with Canadian sources of bakery products.
- Prefers to be contacted by the Canadian firm via brochures, trade fairs and industry publications.
- Attends Biscuits and Cookies, Fancy Food and Supermarket Institute (SMI) fairs.
- Reads *Specialty Food Magazines*.
- Actively seeking sources of supply for specialty biscuits and crackers.

APPENDIX 2

U.S. IMPORTERS GENERALLY SEEKING SOURCES OF SUPPLY

U.S. IMPORTERS SURVEYED

Company:	Bahlsen of America
Address:	1 Quality Lane Cary, NC 27512
Contact:	Ms.Urhula Smith
Title:	Secretary
Telephone:	919-467-0164
Telex/Fax:	5101001127 (Telex)

Company:	Cain Food Industries
Address:	P.O. Box 35066 Dallas, TX 75235
Contact:	Mr. Charlie Gibbs
Title:	Vice-President
Telephone:	214-630-4511
Telex/Fax:	

Company:	Country Oven Bakery
Address:	2840 Pioneer Drive Bowling Green, KY 42101-1686
Contact:	Mr. Wayne Milliner
Title:	Purchasing Manager
Telephone:	502-782-3200
Telex/Fax:	

Company:	Dak Foods
Address:	7345 Woodhaven Blvd. Glendale, NY 11385
Contact:	Mr. Jerry Einhorn
Title:	Director of Sales
Telephone:	718-830-6600
Telex/Fax:	718-896-1039 (Fax) 7105815584 (Telex)

Company:	Fantastic Foods
Address:	106 Galli Drive Novato, CA 94949
Contact:	Ms. Jackie McGovern
Title:	Accounting Manager
Telephone:	415-883-7718
Telex/Fax:	705077 (Telex)

Company:	General Commodities International
Address:	7239 - 33rd Street N.W. Miami, FL 33122
Contact:	Mr. Garcia
Title:	Sales Manager
Telephone:	305-592-2339
Telex/Fax	

Company:	Gourmet France
Address:	9373 Remick Avenue Pacoima, CA 91331
Contact:	Mr. Thierry Reux
Title:	Purchasing Agent
Telephone:	818-768-4300
Telex/Fax:	818-504-9126 (Fax) 698674 (Telex)

Company:	Goya Foods
Address:	100 Seaview Drive Secaucas, NJ 07096
Contact:	Mr. Joe Perez
Title:	Purchasing Director
Telephone:	201-348-4900
Telex/Fax:	201-348-6609 (Fax) 5101000213 (Telex)

Company:	Millbrook Distributing
Address:	Route 56 Leicester, MA 01524
Contact:	Mr. Maurice Grossman
Title:	Specialty Foods Buyer
Telephone:	617-892-8171
Telex/Fax:	617-892-4827 (Fax) 5106018989 (Telex)

Company:	Milwaukee Biscuit
Address:	6200 North Baker Road Milwaukee, WI 53209
Contact:	Mr. Kurt Melander
Title:	Head Buyer
Telephone:	414-228-8585

Company: Nabisco Brands Import
Address: 274 Riverside Avenue
Westport, CT 06880
Contact: Mr. Wayne DeVries
Title: Marketing Director
Telephone: 203-222-8831
Telex/Fax: 203-222-8871 (Fax)

Company: Napoleon Company
Address: 5933 - 6th Avenue South
P.O. Box 81126
Seattle, WA 98108
Contact: Mr. Milo Magnano
Title: Vice-President
Telephone: 206-762-3778
Telex/Fax: 0321313 (Telex)

Company: Paskesz Candy Company
Address: 125 - 51st Street
Brooklyn, NY 11232
Contact: Mr. Henry Schmidt
Title: Vice-President
Telephone: 718-439-6222
Telex/Fax: 718-439-3076 (Fax)
6971570 ABPAS (Telex)

Company: Plumrose
Address: 7345 Woodhaven Blvd.
Glendale, NY 11385
Contact: Mr. Claus Madsen
Title: Product Manager
Telephone: 718-830-6600
Telex/Fax: 718-896-1039 (Fax)
7105815584 (Telex)

Company: Pogens Family Bakery
Address: 1800 South Anderson
Compton, CA 90220
Contact: Mr. Tom Espanosa
Title: Vice-President
Telephone: 213-636-9712
Telex/Fax: 213-637-2505 (Fax)

Company: Richardson Brands
Address: Atlantic and I Streets
Philadelphia, PA 19134
Contact: Ms. Pat Dougherty
Title: Treasurer
Telephone: 215-634-4700
Telex/Fax: 215-634-4738 (Fax)

Company: Richter Brothers
Address: 400 Commerce Blvd.
Carlstadt, NJ 07072
Contact: Ms. Diane Richter
Title: Import Manager
Telephone: 201-935-6850
Telex/Fax: 203645 (Telex)

Company: Schaffer Clarke
Address: 1445 E. Putnam Avenue
Old Greenwich, CT 06870
Contact: Mr. Karl Pirnat
Title: General Manager of Imports
Telephone: 203-637-7887
Telex/Fax:

Company: Seasia
Address: Box 3642
Seattle, WA 98124
Contact: Mr. P. Daikoku
Title: Purchasing Manager
Telephone: 206-624-6380
Telex/Fax: 206-624-0377 (Fax)
9104444009 (Telex)

Company: Selected Specialty Sales
Address: 20 Lafayette Place
Kenilworth, NJ 07033
Contact: Mr. Marvin Herman
Title: President
Telephone: 201-276-6900
Telex/Fax:

Company: Skandia Foods International
Address: 615 Eastbrook Drive
Arlington Heights, IL 60005
Contact: Mr. Jack Berntson
Title: President
Telephone: 312-364-9704
Telex/Fax:

Company: Vigo Imports Limited
Address: 4701 W. Comanche Avenue
Tampa, FL 33614
Contact: Mr. Sam Ciccarello
Title: Office Manager
Telephone: 813-884-3491
Telex/Fax: 813-884-7139 (Fax)

Company: Wachtel Biscuit
Address: 445 South Franklin Street
Hempstead, NY 11550
Contact: Mr. Felix Enrile
Title: Controller
Telephone: 516-538-3900
Telex/Fax:

Company: Westco Products Limited
Address: 7351 Crider Avenue
Pico Rivera, CA 90660
Contact: Mr. Hans Wallbro
Title: Marketing Manager
Telephone: 213-748-5415
Telex/Fax: 213-949-1257 (Fax)

Company: Yankee Food Distributors
Address: 232 Ash Street
Reading, MA 01867
Contact: Mr. Jim Byrn
Title: Buyer
Telephone: 617-944-9880
Telex/Fax:

Company: A&P Food Stores
Address: 18800 W. Nine Mile
Southfield, MI 48075
Contact: Mr. Thomas Montgomery
Title:
Telephone: 313-353-1212
Telex/Fax:

Company: American Bakers Association
Address: 1111 - 14th Street N.W.
Washington, DC 20005
Contact: Ms. Nikki Gaybart
Title:
Telephone: 202-296-5800
Telex/Fax:

Company: American Bakery Company
Address: P.O. Box 408
Southgate, CA 90280
Contact: Mr. James D. Freund
Title: President
Telephone: 213-283-7731
Telex/Fax:

Company: Arnold Distributing Company
Address: 3820 Sheridan Drive
Buffalo, NY 14226
Contact: Mr. Joseph Maimone
Title:
Telephone: 716-837-7974
Telex/Fax:

Company: Borman's Incorporated/Farmer Jack
Address: 18718 Borman Avenue
Detroit, MI 48232
Contact:
Title:
Telephone: 313-270-1000
Telex/Fax:

Company: Calkins and Company
Address: 1645 Birchwood Avenue
Des Plaines, IL 60018
Contact: Mr. Sam Speros
Title: Senior Vice-President
Telephone:
Telex/Fax

Company: Continental Baking Company Incorporated
Address: 171 - 14th Street
San Diego, CA 92101
Contact: Mr. Ray Nivola
Title: General Manager
Telephone: 619-233-7174
Telex/Fax:

Company: Federal Bakers Supply Corporation
Address: 1400 William Street
Buffalo, NY 14206
Contact: Mr. John Price
Title: Vice-President
Telephone: 716-842-1200
Telex/Fax:

Company: Flavor Rite Company
Address: 2839 Liberty Avenue
Pittsburgh, PA 15222
Contact: Mr. John McQuade
Title:
Telephone: 412-471-3110
Telex/Fax:

Company: Fleming Companies Incorporated
Address: P.O. Box 6647
Oklahoma City, OK 73126
Contact:
Title: Buyer
Telephone: 405-840-7200
Telex/Fax:

Company: Giant Eagle Corporation
Address: 101 Kappa Drive
Pittsburgh, PA 15238
Contact: Mr. Tom Lisko
Title:
Telephone: 412-963-6200
Telex/Fax:

Company: Hallsmith/Sysco Food Service Incorporated
Address: 380 S. Worcester Street
Norton, MA 02766
Contact: Mr. Joseph Gannon
Title:
Telephone:
Telex/Fax:

Company: Holsum Baking Company of California Incorporated
Address: 2828 National Avenue
San Diego, CA 92113
Contact: Mr. Doug Calvert
Title: Product Manager
Telephone: 619-233-7364
Telex/Fax:

Company: J.D. Marketing and Associates Limited
Address: P.O. Box 334
Riverside, IL 60546
Contact: Mr. James L. Dublinski
Title: President
Telephone:
Telex/Fax:

Company: The Kroger Company
Address: 16770 Imperial Valley Drive, Suite 200
Houston, TX 77001
Contact:
Title: Buyer
Telephone: 713-820-7500
Telex/Fax:

Company: Log House Foods
Address: 700 North Berkshire Lane
Plymouth, MN 55441
Contact: Mr. Roger Vanderbeusque
Title:
Telephone: 612-546-8395
Telex/Fax:

Company: Micosa Incorporated
Address: 1845 Oak Street, Suite 3
Northfield, IL 60093
Contact: Mr. Michael F. Collins
Title: President
Telephone:
Telex/Fax:

Company: Minyard Food Stores Incorporated
Address: P.O. Box 518
Copell, TX 75019
Contact:
Title: Buyer
Telephone: 214-393-8700
Telex/Fax:

Company: The Napoleon Company
Address: 5933 - 6th Avenue South
Seattle, WA 98108
Contact: Mr. Joe Magnano
Title:
Telephone: 206-762-3778
Telex/Fax:

Company: Pacific Food Importers
Address: 2323 Airport Way South
Seattle, WA 98134
Contact: Mr. John Croce
Title:
Telephone: 206-682-2740
Telex/Fax:

Company: Preferred Products, Div. Super Value Incorporated
Address: 312 Lake Hazeltine Drive
Chaska, MN 55418
Contact: Mr. Jack Berntson
Title:
Telephone: 612-448-5252
Telex/Fax:

Company: Retail Bakers Association
Address: 6525 Belcrest Road, Suite 250
Hyattsville, MD 20782-2003
Contact: Mr. Peter Houstle
Title:
Telephone: 301-277-0990
Telex/Fax:

Company: Safeway Stores Incorporated
Address: 2880 Ygnacio Valley Road
Walnut Creek, CA 94598
Contact:
Title:
Telephone: 415-944-4018
Telex/Fax:

Company: Sather Foods
Address: Sathers Plaza #1, 6th Avenue
Box 28
Round Lake, MN 56167
Contact:
Title:
Telephone: 507-945-8181
Telex/Fax:

Company: Scrivner Incorporated
Address: P.O. Box 26030
Oklahoma City, OK 73126
Contact:
Title: Buyer
Telephone: 405-670-4571
Telex/Fax:

Company: Shaws Supermarkets, Incorporated
Address: 140 Laurel Street
East Bridgewater, MA 02333
Contact: Mr. George Anoshian
Title:
Telephone:
Telex/Fax:

Company: Southland Distribution Center of Texas Importer
Address: P.O. Box 384
Tyler, TX 75710
Contact:
Title: Buyer
Telephone: 214-877-3481
Telex/Fax:

Company: Tom Thumb Super Markets
Address: 14303 Inwood Road
Dallas, TX 75234
Contact:
Title: Buyer
Telephone: 214-661-9700
Telex/Fax:

Company: Van De Kamp's Holland Dutch Bakers Incorporated
Address: 2930 Fletcher Drive
Los Angeles, CA 90065
Contact: Mr. Richard Gardiner
Title: President
Telephone: 213-255-0171
Telex/Fax:

APPENDIX 3

1987 IMPORTS OF BAKERY PRODUCTS

(Schedule A 48.4)

48.4 Bakery Products
1987 Imports (thousands of U.S. dollars)

Schedule A	Commodity Description	Total U.S. Imports	Canada	Europe	Japan	Other
484010	Bread made with use of yeast as a leavening substance	38,024	28,732	8,284	275	733
484020	Biscuits, cakes, pastry, and similar baked products including inedible wafers	277,096	91,317	133,987	13,445	38,347

APPENDIX 4

1987 U.S. IMPORTS OF SELECTED BAKERY PRODUCTS FROM EUROPE AND JAPAN BY COUNTRY

1987 U.S. IMPORTS OF SELECTED BAKERY PRODUCTS FROM EUROPE AND JAPAN BY COUNTRY

(thousands of U.S. dollars)

COUNTRY	SCHEDULE A		TOTAL	%
	484010	484020		
Belgium-Luxembourg	-	9,700	9,700	3.1
Denmark	-	50,445	50,445	16.0
Finland	299	695	994	0.3
France	1,328	8,369	9,697	3.1
Italy	1,137	9,660	10,797	3.4
Netherlands	370	5,240	5,610	1.8
Norway	505	974	1,479	0.5
Spain	670	4,224	4,894	1.6
Sweden	2,273	1,169	3,442	1.1
Switzerland	-	1,592	1,592	0.5
United Kingdom	353	18,279	18,632	5.9
West Germany	1,349	23,640	24,989	7.9
Total for Europe	8,284	133,987	142,271	45.1
Japan	275	13,445	13,720	4.4
Total for Europe and Japan	8,559	147,432	155,991	49.5
Total Imports	38,024	277,096	315,120	

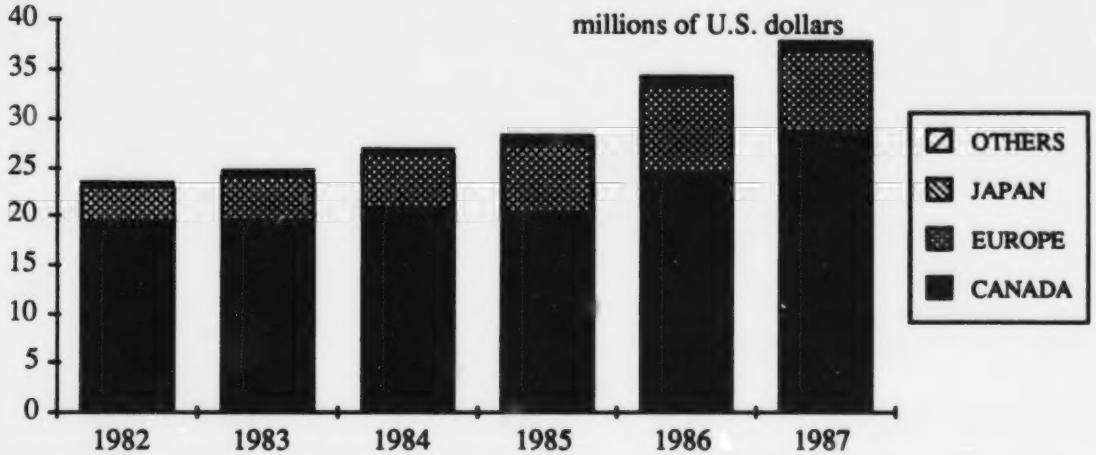
APPENDIX 5

1982 - 1987 U.S. IMPORTS OF SELECTED BAKERY PRODUCTS

U. S. IMPORTS OF SELECTED BAKERY PRODUCTS

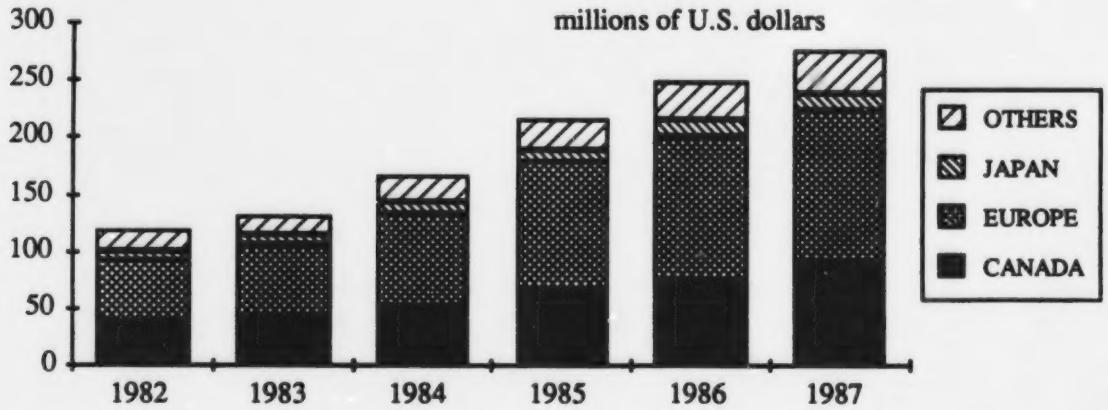
BREAD MADE WITH THE USE OF YEAST AS A LEAVENING SUBSTANCE

SCHEDULE A 484010



BISCUITS, CAKES, PASTRY AND SIMILAR BAKED PRODUCTS INCLUDING INEDIBLE WAFERS

SCHEDULE A 484020



APPENDIX 6

CURRENT U.S. TARIFFS ON CANADIAN BAKERY PRODUCTS AND SCHEDULE FOR THEIR REMOVAL UNDER THE FREE TRADE AGREEMENT

TARIFF ELIMINATION

1. Except as otherwise provided in this Agreement, each Party shall progressively eliminate its customs duties on goods originating in the territory of the other Party in accordance with the following schedule:

   A. duties on goods provided for in each of the items designated as staging category A in each Party's Schedule contained in Annex 401.2 shall be eliminated entirely and such goods shall be free of duty, effective January 1, 1989;

   B. duties on goods provided for in each of the items designated as staging category B in each Party's Schedule contained in Annex 401.2 shall be removed in five equal annual stages commencing on January 1, 1989, and such goods shall be free of duty, effective January 1, 1993; and

   C. duties on goods provided for in each of the items designated as staging category C in each Party's Schedule contained in Annex 401.2 shall be removed in ten equal annual stages commencing on January 1, 1989, and such goods shall be free of duty, effective January 1, 1998.

2. Except as otherwise provided in this Agreement, goods originating in the territory of the other Party that are provided for in each of the items designated as staging category D in each Party's Schedule contained in Annex 401.2 shall continue to receive existing duty-free treatment indicated therein for such goods.

Item	Article description	Base rate	Staging Category
1905	Bread, pastry, cakes, biscuits and other bakers' wares, whether or not containing cocoa; communion wafers, empty capsules of a kind suitable for pharmaceutical use, sealing wafers, rice paper and similar products:		
1905.10.00	Crispbread	Free	D
1905.20.00	Gingerbread and the like	Free	D
1905.30.00	Sweet biscuits; waffles and wafers	Free	D
1905.40	Rusks, toasted bread, and similar toasted products:		
1905.40.10	Spring rolls and stuffed bread dumplings	5%	C
1905.40.90	Other	Free	D
1905.90	Other:		
1905.90.10	Bread, pastry, cakes, biscuits and similar baked products, and pudding, whether or not containing chocolate, fruit, nuts or confectionery	Free	D
1905.90.90	Other	10%	C

APPENDIX 7

COUNTRIES OF ORIGIN AND RESPONDENTS' LEVEL OF SATISFACTION

BAKERY PRODUCTS

COUNTRIES OF ORIGIN AND RESPONDENTS' LEVEL OF SATISFACTION

COUNTRY	LEVEL OF SATISFACTION 1	2	3	4	5	TOTAL NO. RESPONDENTS	AVERAGE
Belgium				1	1	2	4.50
Brazil			1			1	3.00
Canada				2	3	5	4.60
China		1				1	2.00
Denmark			1	1	4	6	4.50
Finland				1		1	4.00
France			3	3	2	8	3.88
Hong Kong				1		1	4.00
Indonesia				1		1	4.00
Ireland			1			1	3.00
Israel			1			1	3.00
Italy			2	1	2	5	4.00
Japan				1	1	2	4.50
Mexico				1		1	4.00
Netherlands			1	2	2	5	4.20
New Zealand				1		1	4.00
Orient				1		1	4.00
Scandinavia			1		1	2	4.00
Scotland					1	1	5.00
South Korea			1			1	3.00
Spain		1		1	1	3	3.67
Sweden				1	4	5	4.80
Switzerland					1	1	5.00
Taiwan				1		1	4.00
United Kingdom		1	1	6	3	11	4.00
West Germany		1	1	5	3	10	4.00
TOTAL	0	4	14	31	29	78	

levels of satisfaction:

1 = low
2 = somewhat low
3 = neutral
4 = somewhat high
5 = high

APPENDIX 8

U.S. INDUSTRY TRADE FAIRS AND PUBLICATIONS

MAJOR BAKERY PRODUCTS TRADE FAIRS

TRADE FAIR	LOCATION	WHEN HELD	CONTACT
American Bakers Association Expo	Las Vegas, NV	Sept 15-19, 1989	Ms. Nikki Gayhart (202) 296-5800
Biscuit and Cracker Manufacturers Association Annual Technical Conference	Denver, CO	Oct 15-19, 1989	Ms. Carol Coffey (202) 898-1636
Food Expo	Hartford, CT	Feb 10-12, 1989	George Gonsalves
Food Marketing Institute	McCormick Place, Chicago, IL	May 7-10, 1989	Brian E. Tully (202) 452-8444
National Fancy Food Confection Show	San Francisco, CA	March 19-21, 1989	Ms. Laura Incerto (203) 964-0000
National Food Distributors Assoc. Show	Boston, MA	July 1989	Ms. Irene Condon, Convention Manager (312) 644-6610
Retail Bakers American	Cincinnati, OH	April 15-18, 1989	Richard C. Gohla (301) 277-0990

PUBLICATIONS

Bakers Journal. Naef Publishing Ltd., Ste 209, 106 Lakeshore Rd. E., Port Credit, Ontario, L5G 1E3
Contact: E. Naef, Editor, (416) 271-1366

Bakery Production and Marketing. Gorman Publishing Co., Presidents Plaza III, 8750 W. Bryn Mawr Ave., Chicago, IL 60631
Contact: Edward M. Lee, (312) 693-3200

Baking Industry Magazine. Putman Publishing Co., 301E Erie Street, Chicago, IL 60611
Contact: Len Ciani, Editor, (312) 644-2020

Fancy Food & Candy. Talcott Communications Corp., 2700 River Road, Des Plaines, IL 60018
Telephone: (312) 824-7440

Milling and Baking News. Sosland Publishing Co., 9000 W. 67th Street, Merriam, KS 66202
Contact: Gordon Davidson, (913) 236-7300

Modern Baking. Donohue-Meehan Publishing Co., 2700 River Road, Des Plaines, IL 60018
Contact: Ed Lee, (312) 299-4430

Snack Food Magazine. Harcourt Brace Jovanovich Inc., 7500 Old Oak Blvd., Cleveland, OH 44130
Contact: Jerry L. Hess, (216) 243-8100

Specialty Food Magazine. Tarter Communications Inc., 29 Park Avenue, Manhasset, NY 11030
Contact: Saul Tarter, Editor (516) 365-9088

APPENDIX 9

CANADIAN GOVERNMENT TRADE CONTACTS IN CANADA AND IN THE UNITED STATES

CANADIAN GOVERNMENT TRADE CONTACTS IN CANADA

U.S. Marketing Officer for this Sector
Department of External Affairs (UTD)
125 Sussex Drive, Ottawa, Ontario, K1A 0G2
Telephone: 613-993-7343/613-993-5911
Telex: 0533745
Fax: 613-996-9103

British Columbia
International Trade Centre
Department of Industry, Science and Technology
P.O. Box 11610
900 - 650 West Georgia Street
Scotia Tower
Vancouver, B.C.
V6B 5H8
Tel: 604-666-0434
Telex: 0451191
Fax: 604-666-8330

Saskatchewan
International Trade Centre
Department of Industry, Science and Technology
6th Floor
105 - 21st Street East
Saskatoon, Saskatchewan
S7K 0B3
Tel: 306-975-4353
Telex: 0742742
Fax: 306-975-5334

Manitoba
International Trade Centre
Department of Industry, Science and Technology
Suite 608
330 Portage Avenue
Winnipeg, Manitoba
R3C 2V2
Tel: 204-983-2097
Telex: 0757624
Fax: 204-983-2187

Alberta
International Trade Centre
Department of Industry, Science and Technology
The Cornerpoint Building
Suite 505
10179 - 105th Street
Edmonton, Alberta
T5J 3S3
Tel: 403-420-2944
Telex: 0372762
Fax: 403-420-4507

International Trade Centre
Department of Industry, Science and Technology
Harry Hays Building
Suite 630
220 - 4th Avenue S.E.
Calgary, Alberta
T2P 3C3
Tel: 403-292-4575
Fax: 403-292-4578

Ontario
International Trade Centre
Department of Industry, Science and Technology
4th Floor
Dominion Public Building
1 Front Street West
Toronto, Ontario
M5J 1A4
Tel: 416-973-5000
Telex: 06524378
Fax: 416-973-8714

Quebec
International Trade Centre
Department of Industry, Science and Technology
Stock Exchange Tower
800 Victoria Square
Room 3800, P.O. Box 247
Montreal, Quebec
H4Z 1E8
Tel: 514-283-6796
Telex: 05560768
Fax: 514-283-3302

International Trade Centre
Department of Industry, Science and Technology
112 Dalhousie Street
Quebec, Quebec
G1K 4C1
Tel: 418-648-2506
Fax: 418-648-7291

Prince Edward Island
International Trade Centre
Department of Industry, Science and Technology
Confederation Court Mall
134 Kent Street, Suite 400
P.O. Box 1115
Charlottetown, P.E.I.
C1A 7M8
Tel: 902-566-7400
Telex: 01444129
Fax: 902-566-7450

Northwest Territories
International Trade Centre
Department of Industry, Science and Technology
10th Floor
Precambrian Building
P.O. Bag 6100
Yellowknife, Northwest Territories
X1A 1C0
Tel: 403-920-8575
Fax: 403-873-6228

New Brunswick
International Trade Centre
Department of Industry, Science and Technology
Assumption Place
770 Main Street
P.O. Box 1210
Moncton, New Brunswick
E1C 8P9
Tel: 506-857-6452
Telex: 0142200
Fax: 506-857-6429

Nova Scotia
International Trade Centre
Department of Industry, Science and Technology
1496 Lower Water Street
P.O. Box 940, Station M
Halifax, Nova Scotia
B3J 2V9
Tel: 902-426-7540
Telex: 01922525
Fax: 902-426-2624

Newfoundland
International Trade Centre
Department of Industry, Science and Technology
90 O'Leary Avenue
P.O. Box 8950
St. John's, Newfoundland
A1B 3R9
Tel: 709-772-5511
Telex: 0164749
Fax: 709-772-5093

Yukon
International Trade Centre
Department of Industry, Science and Technology
Suite 301
108 Lambert St.
Whitehorse, Yukon
Y1A 1Z2
Tel: 403-668-4655
Fax: 403-668-5003

CANADIAN GOVERNMENT TRADE COMMISSIONER OFFICES IN THE UNITED STATES

Washington
Canadian Embassy
Trade Promotion and Market
Access Section
Canadian Embassy
501 Pennsylvania Avenue, N.W.
Washington, D.C. 20001
Tel: 202-682-1740
Fax: 202-682-7726
Telex: 0089664 (DOMCAN A WASH)
Territory: Washington, D.C., Maryland, Delaware, Eastern Pennsylvania (including Philadelphia), and Virginia

Atlanta
Canadian Consulate General
400 South Tower
One CNN Center
Atlanta, Georgia 30303-2705
Tel: 404-577-6810
Fax: 404-524-5046
Telex: 0542676 (DOMCAN ATL)
Territory: Alabama, Florida, Georgia, Mississippi, North Carolina, South Carolina, Tennessee, Puerto Rico, U.S. Virgin Islands

Boston
Canadian Consulate General
Three Copley Place, Suite 400
Boston, Massachusetts 02116
Tel: 617-262-3760
Fax: 617-262-3415
Telex: 940625 (DOMCAN BSN)
Territory: States of Maine, Massachusetts, New Hampshire, Rhode Island, Vermont,
Other Countries: Saint-Pierre-et-Miquelon

Buffalo
Canadian Consulate
One Marine Midland Center
Suite 3550
Buffalo, New York 14203-2884
Tel: 716-852-1247
Fax: 716-852-1247
Telex: 0091329 (DOMCAN BUF)
Territory: Western, Central and Upstate New York

Chicago
Canadian Consulate General
310 South Michigan Avenue, 12th Floor
Chicago, Illinois 60604-4295
Tel: 312-427-1031
Fax: 312-922-0637
Telex: 00254171 (DOMCAN CGO)
Territory: Illinois, Missouri, Wisconsin, the Quad-City region of Iowa

Cleveland
Canadian Consulate
Illuminating Building, Suite 1008
55 Public Square
Cleveland, Ohio 44113-1983
Cable: CANADIAN CLEVELAND
Tel: 216-771-0150
Fax: 216-771-1688
Telex: 00985364 (DOMCAN CLV)
Territory: States of Kentucky, Ohio, West Virginia, Western Pennsylvania

Dallas
Canadian Consulate General
St. Paul Place, Suite 1700
750 N. St. Paul Street
Dallas, Texas 75201-9990
Cable: CANADIAN DALLAS
Tel: 214-922-9806
Fax: 214-922-9811
Telex: 00732637 (DOMCAN DAL)
Territory: States of Texas, Arkansas, Kansas, Louisiana, New Mexico, Oklahoma

Detroit
Canadian Consulate General
600 Renaissance Centre
Suite 1100
Detroit, Michigan 48243-1704
Cable: CANADIAN DETROIT
Tel: 313-567-2340
Fax: 313-567-2164
Telex: 230715 (DOMCAN DET)
Territory: City of Toledo, States of Michigan and Indiana

Los Angeles
Canadian Consulate General
300 South Grand Avenue, 10th Floor
California Plaza
Los Angeles, California 90071
Tel: 213-687-7432
Fax: 213-520-8827
Telex: 00674119 (DOMCAN LSA)
Territory: States of Arizona, California, Clark County in Nevada

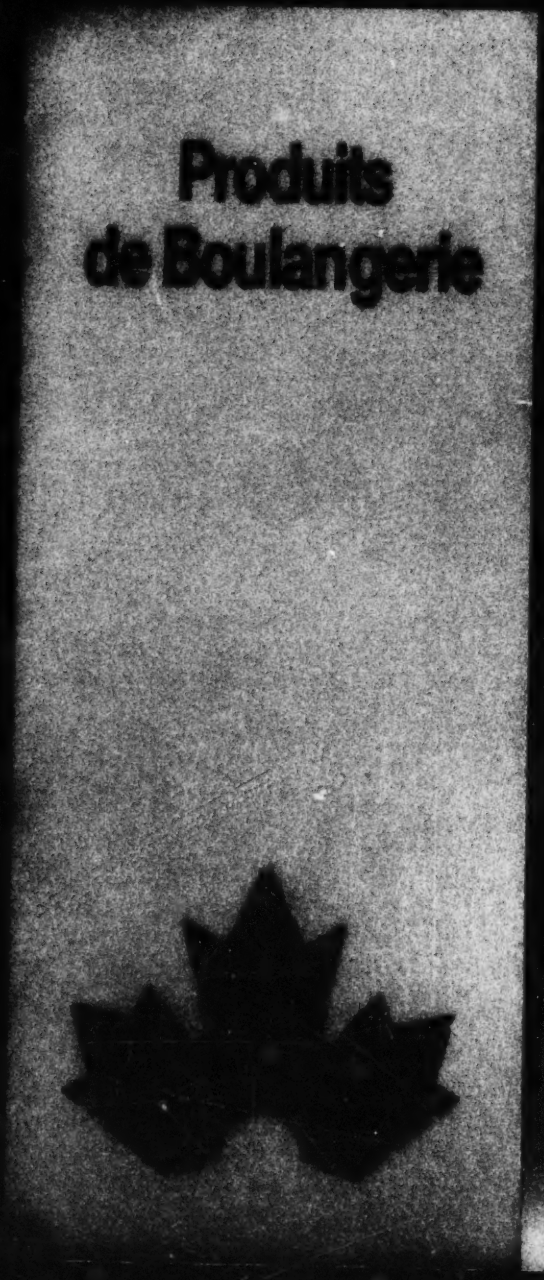
Minneapolis
Canadian Consulate General
701 Fourth Avenue South
Minneapolis, Minnesota 55415-1078
Tel: 612-333-4641
Fax: 612-332-4061
Telex: 290229 (DOMCAN MPS)
Territory: States of Iowa, Nebraska, Minnesota, North Dakota, South Dakota, Montana

New York
Canadian Consulate General
1251 Avenue of the Americas
New York, NY 10020-1175
Cable: CANTRACOM NEW YORK CITY
Tel: 212-768-2400
Fax: 212-768-2441
Telex: 62014481 (DOMCAN NYK)
Territory: States of Connecticut, New Jersey, Southern New York
Other Countries: Bermuda

San Francisco
Canadian Consulate General
50 Fremont Street, Suite 2100
San Francisco, California 94105
Tel: 415-495-6021
Fax: 415-541-7708
Telex: 34321 (DOMCAN SFO)
62014485 (Easylink)
Territory: States of California (except the 10 southern counties), Colorado, Hawaii, Nevada (except Clark County), Utah, Wyoming

Seattle
Canadian Consulate General
412 Plaza 600, Sixth and Stewart
Seattle, Washington 98101-1286
Tel: 206-443-1777
Fax: 206-443-1782
Telex: 0328762 (DOMCAN SEA)
Territory: States of Alaska, Idaho, Oregon, Washington

Études sur les débouchés canadiens aux États-Unis



ÉTUDES SUR LES DÉBOUCHÉS CANADIENS AUX ÉTATS-UNIS

PRODUITS DE BOULANGERIE

MAI 1989

GROUPE CONSEIL PEAT MARWICK
OTTAWA

Pour obtenir d'autres exemplaires de la présente brochure, veuillez en faire la demande en écrivant ou en téléphonant au :

Info Export (BTCE)
Ministère des Affaires extérieures
125, promenade Sussex
Ottawa (Ontario)
K1A 0G2

1-800-267-8376

Ottawa : (613) 993-6435

Affaires extérieures Canada
External Affairs Canada

Le présent rapport a été rédigé par une équipe d'experts-conseils du Groupe Conseil Peat Marwick pour le compte du ministère des Affaires extérieures. L'analyse et les conclusions appartiennent donc à Peat Marwick et non au ministère des Affaires extérieures.

Le Groupe Conseil Peat Marwick et le ministère des Affaires extérieures suggèrent aux entreprises de ne pas utiliser le présent rapport comme seule source de référence pour mesurer le potentiel des débouchés identifiés. Chaque entreprise doit faire ses propres analyses et recherches pour vérifier l'étendue du créneau et les références de l'acheteur. Le ministère des Affaires extérieures n'en est pas moins disposé à offrir des conseils et des avis aux sociétés désireuses de profiter des perspectives mises en évidence dans l'étude ou que le marché semble leur offrir.

ÉTUDES SUR LES DÉBOUCHÉS CANADIENS AUX ÉTATS-UNIS

PRODUITS DE BOULANGERIE

TABLE DES MATIÈRES

		PAGE
SOMMAIRE		1
I -	OBJECTIFS DE L'ÉTUDE	3
II -	CONCLUSIONS DE L'ÉTUDE DE PEAT MARWICK	4
III -	IMPORTATIONS AMÉRICAINES DE PRODUITS DE BOULANGERIE	6
	Définition du secteur	6
	Importations américaines 1982-1987	7
	Perspectives de l'industrie américaine	9
IV -	ÉTUDE DE MARCHÉ	13
	Enquête auprès d'importateurs américains	13
	Enquête auprès d'associations américaines	16
V -	CONTEXTE	18
	Méthodologie	19

ANNEXES

Annexe 1 -	Importateurs américains qui recherchent des fournisseurs de produits particuliers	23
Annexe 2 -	Importateurs américains qui recherchent des fournisseurs en général	27
Annexe 3 -	Importations de produits de boulangerie en 1987 (Annexe A 48.4)	35
Annexe 4 -	Importations américaines en 1987 de certains produits de boulangerie d'Europe et du Japon, par pays	37
Annexe 5 -	Importations américaines de certains produits de boulangerie, 1982-1987	39
Annexe 6 -	Tarifs douaniers des États-Unis applicables aux produits canadiens de boulangerie et calendrier de suppression des droits en vertu de l'Accord de libre-échange	41
Annexe 7 -	Pays d'origine des fournisseurs et degré de satisfaction des répondants	45
Annexe 8 -	Foires commerciales et publications de l'industrie américaine	47
Annexe 9 -	Services commerciaux du gouvernement canadien au Canada et aux États-Unis	51

SOMMAIRE

Le présent rapport traite de l'un des quelque 80 secteurs examinés dans le cadre d'une vaste étude commandée par la Direction générale de la promotion du commerce, du tourisme et de l'investissement - États-Unis, du ministère des Affaires extérieures. L'objectif de cette étude est de fournir une indication préliminaire des possibilités qui s'offrent d'accroître les exportations canadiennes aux États-Unis. Les constatations de chaque rapport se fondent sur une analyse des statistiques commerciales des États-Unis et sur un sondage limité mené auprès d'importateurs et d'associations professionnelles des États-Unis représentant un large éventail de l'industrie américaine.

Chaque rapport vise à aider les sociétés canadiennes à recenser des débouchés qui pourraient justifier une étude plus approfondie. Les rapports n'analysent pas les industries canadiennes d'exportation ou leur compétitivité au plan international, mais ils fournissent d'autres types de renseignements qui devraient s'avérer utiles. Chaque rapport fournit par exemple des renseignements sur les sociétés qui se sont montrées intéressées à trouver de nouvelles sources d'approvisionnement; certaines des informations données sont très spécifiques. Chaque rapport contient également des renseignements sur la taille et les parts du marché américain des importations, ainsi que sur les publications professionnelles et les foires commerciales que les sociétés recensées ont jugées les plus utiles. Les divers rapports de la série devraient intéresser tout particulièrement les petites et moyennes sociétés canadiennes qui n'exportent pas encore ou qui aimeraient accroître le niveau de leurs exportations aux États-Unis.

Les produits de boulangerie figurent parmi les secteurs examinés au cours de l'étude. Nous avons procédé à un sondage auprès d'importateurs américains de produits de boulangerie en vue de déterminer les effets de la dévaluation du dollar américain et les débouchés possibles pour les fabricants canadiens. Les résultats du sondage sont significatifs. Plus de 90 % des répondants ont signalé que la dévaluation du dollar américain avait eu pour effet d'augmenter les coûts de leurs produits de boulangerie importés. La majorité d'entre eux, en conséquence, étaient intéressés à en connaître d'avantage sur les fournisseurs canadiens susceptibles de remplacer par leurs produits les importations devenues maintenant plus coûteuses. Ces importateurs ont signalé qu'ils préféraient recevoir de l'information sur les entreprises canadiennes par courrier ou à l'occasion des foires commerciales. Le principal facteur de la décision d'importer est la non-disponibilité des produits sur le marché intérieur.

Nous avons recueilli de l'information sur les sociétés qui recherchent de nouveaux fournisseurs de produits de boulangerie ainsi que sur celles qui sont intéressées par des types de produits de boulangerie particuliers. On trouvera par ailleurs des renseignements sur les foires commerciales et les publications les plus connues aux États-Unies.

L'enquête auprès des associations de l'industrie américaine a démontré que le Canada est considéré comme un fournisseur de produits de boulangerie de qualité sur le marché américain.

I - OBJECTIFS DE L'ÉTUDE

Le présent document fait partie d'une série de rapports couvrant quelque 80 secteurs manufacturiers. Ces rapports, préparés par Peat Marwick, ont été commandés par la Direction générale de la promotion du commerce, du tourisme et de l'investissement - États-Unis, du ministère des Affaires extérieures. La série vise à donner une indication préliminaire des débouchés qui peuvent s'offrir actuellement aux États-Unis en raison de la montée du coût des importations d'outre-mer. Les renseignements fournis sur la nature et la taille du marché des importations américaines ainsi que les informations données sur le marché et la commercialisation devraient aider les sociétés canadiennes à déterminer si une étude plus approfondie de certains débouchés est justifiée et, dans l'affirmative, à entreprendre un tel suivi. Il est probable que les rapports intéresseront tout particulièrement les petites et moyennes entreprises canadiennes qui n'exportent pas encore ou qui aimeraient accroître leurs exportations aux États-Unis.

Chaque rapport sectoriel identifie les principaux produits que les États-Unis importent des pays développés, explore l'effet de la dévaluation du dollar américain sur le prix de ces importations, et indique quels produits pourraient donner à nos fournisseurs de meilleures possibilités d'exportations aux États-Unis. Les statistiques du département américain du Commerce, sur lesquelles se fonde l'examen des importations des États-Unis, ne correspondent pas toujours aux définitions que nous donnons aux mêmes secteurs de production. Quelques rapports présentent donc certaines différences entre les produits qui y sont analysés et les produits qui sont communément englobés dans le secteur visé. Mais comme tous les rapports définissent les produits qu'ils recouvrent, ces différences peuvent être identifiées et prises en considération.

Le rapport donne certaines informations préliminaires sur l'exportation qui pourraient être utiles aux fabricants canadiens, énumère les foires commerciales et les publications professionnelles que préfèrent les exportateurs américains, examine les perceptions que les importateurs américains se font de l'incidence que l'Accord de libre-échange entre le Canada et les États-Unis pourrait avoir sur leurs achats de produits canadiens, et présente les listes tarifaires pertinentes montrant les étapes de mise en application de l'Accord de libre-échange. Ces rapports ne contiennent aucune analyse des industries canadiennes d'exportation ou de leur compétitivité au plan international. Pour obtenir des renseignements spécifiques sur les débouchés offerts à leurs produits, les sociétés canadiennes sont invitées à contacter la Direction générale de la promotion du commerce, du tourisme et de l'investissement - États-Unis, ou un délégué commercial du Canada aux États-Unis. (Les adresses sont données à la dernière annexe.)

II - CONCLUSIONS DE L'ÉTUDE DE PEAT MARWICK

L'industrie des produits de boulangerie comprend un large éventail de secteurs de produits. Les produits inclus dans l'étude sont les biscuits ordinaires et de fantaisie, y compris les biscuits à poudre levante, les biscuits fins, les produits de boulangerie, dont le pain avec levain, les brioches et les pâtisseries congelées. Ces produits forment la plus grande partie des importations américaines de produits de boulangerie.

Le marché américain de produits de boulangerie devrait, selon les prévisions, dépasser les 23 milliards de dollars US en 1988, tandis que les importations augmenteraient de 9 % pour atteindre 350 millions de dollars US. Les principaux fournisseurs étrangers sur le marché américain sont le Canada, le Danemark, l'Allemagne de l'Ouest, le Royaume-Uni, le Japon et l'Italie.

L'enquête effectuée au début de 1988 a révélé que plus de 90 % des répondants devaient assumer des coûts plus élevés pour leurs importations d'Europe (et, dans une moindre mesure, du Japon) en raison de la dévaluation du dollar. En conséquence, un grand nombre d'entre eux se sont dits intéressés à rechercher des fournisseurs canadiens comme solution de rechange. Quelques 20 % des importateurs américains interrogés ont affirmé qu'ils accroîteraient leurs achats au Canada avec l'Accord de libre-échange entre les deux pays. Nombreux sont ceux, toutefois, qui estimaient que l'Accord n'aurait pas d'incidence sur leurs habitudes d'achat. Les importateurs américains intéressés par les produits canadiens ont déclaré qu'ils préféraient obtenir de l'information sur les produits des entreprises canadiennes au moyen d'envois directs de brochures et de listes de produits, ainsi qu'à l'occasion des foires commerciales. La non-disponibilité du produit aux États-Unis représente le principal facteur qui incite les importateurs à décider de s'approvisionner à l'extérieur de leur pays, tandis que le prix est le facteur le plus négligeable. La qualité du produit est jugée importante pour environ 25 % des répondants, et quelques-uns importent des produits comme complément des approvisionnements intérieurs. L'enquête auprès des associations américaines représentant l'industrie des produits de boulangerie a révélé que les produits canadiens sont bien considérés sur le marché américain.

Certains créneaux précis ont été mis en évidence dans le cadre de ce sondage. On recherche des fournisseurs de biscuits et de craquelins spéciaux ainsi que les produits de boulangerie en général.

On trouvera à l'annexe 1 de l'information sur ces entreprises et à l'annexe 2 la liste des sociétés intéressées de façon générale à en connaître davantage sur les fournisseurs canadiens de produits de boulangerie.

Le ministère des Affaires extérieures recommande aux sociétés canadiennes qui envisagent de communiquer avec une société américaine de consulter d'abord le délégué commercial

du bureau le plus rapproché de cette société afin d'obtenir des conseils, de l'aide et d'autres renseignements. Les services commerciaux du gouvernement canadien au Canada et aux États-Unis sont précisés à l'annexe 9.

III - IMPORTATIONS AMÉRICAINES DE PRODUITS DE BOULANGERIE

Ce chapitre fournit de l'information sur les tendances et les niveaux récents des importations américaines, ainsi qu'un sommaire des perspectives à court terme pour le secteur envisagé. Lorsque les définitions du secteur varient entre les diverses sources, ou qu'elles ne concordent pas avec celles qui sont généralement utilisées au Canada, les différences sont notées, avec leurs incidences connues. Pour rendre l'information plus utile, nous mentionnons également les produits du secteur visés par le rapport ainsi que la façon dont ils ont été choisis.

DÉFINITION DU SECTEUR

Les produits visés par ce rapport ont été choisis selon la valeur en douane des importations américaines depuis le Japon, l'Europe et le Canada, déclarées par le département américain du Commerce (USDOC). Par conséquent, les définitions du secteur utilisées par le département ont effectivement servi à déterminer les produits pouvant être choisis pour ce rapport. Le choix des produits s'est fait d'abord par un examen de tous les grands groupements de produits de l'USDOC, exprimés par des codes à 4 chiffres (p. ex., les produits de boulangerie [Annexe A 48.4]). Lorsque les importations regroupées du Japon, de l'Europe et du Canada étaient importantes, la liste des produits a été ventilée au niveau plus détaillé et spécifique du code à 7 chiffres (p. ex., biscuits, gâteaux, pâtisseries et produits de boulangerie analogues, y compris les gaufres non comestibles [Annexe A 0484020]).

L'annexe 3 montre les importations américaines (1987) de tous les produits à 7 chiffres ou groupes de la catégorie à 4 chiffres choisis pour le rapport sur les produits de boulangerie. Le choix initial des produits ou des groupes de produits s'est fait en fonction d'un minimum d'importations de 80 millions de dollars US en 1986 exportées aux États-Unis par le Japon, l'Europe de l'Ouest et le Canada. Après consultation de représentants de l'industrie et du gouvernement connaissant bien le secteur des produits de boulangerie, d'autres produits et groupes de produits ne répondant pas aux critères susmentionnés ont été ajoutés à notre liste lorsqu'ils semblaient avoir un grand intérêt commercial. Certains produits et groupes de produits ont été éliminés puisqu'ils ne présentaient pas un intérêt commercial suffisant. Le chapitre V (Contexte) donne d'autres renseignements sur ce processus de sélection. Étant donné les affinements apportés aux définitions du secteur et d'autres ajustements, il pourrait y avoir certaines différences entre nos chiffres et ceux du rapport sommaire publié en juin 1988. Dans ce cas, il faut retenir les chiffres contenus dans le présent rapport.

Sur la base du processus susmentionné, nous avons englobé ici les produits et groupes de produits suivants :

- Pain fait au moyen de levain comme agent de levage (Annexe A 0484010).

- Biscuits, gâteaux, pâtisseries et produits de boulangerie analogues, incluant les gaufres non comestibles (Annexe A 0484020).

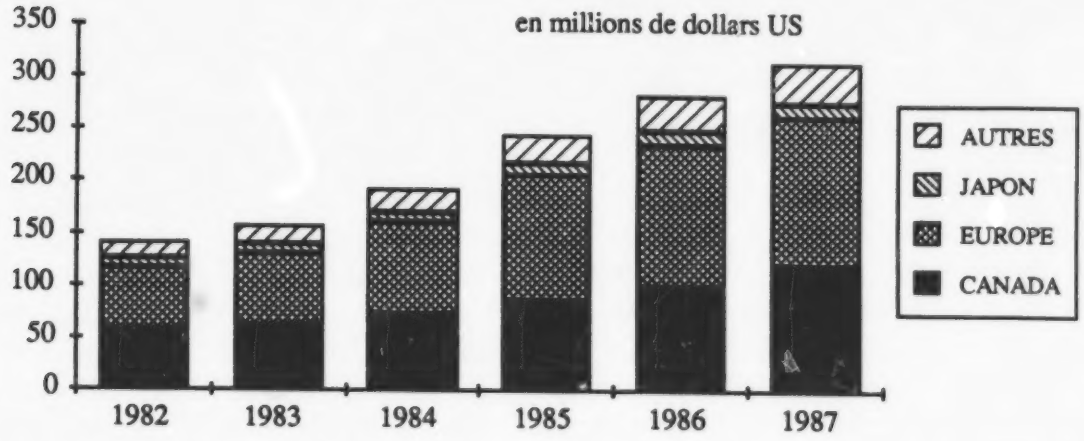
IMPORTATIONS AMÉRICAINES, 1982-1987

L'annexe 4 donne la répartition des importations (1987) de produits de boulangerie, par pays. En 1987, l'Europe a accaparé 45,8 % du marché d'importation américain. Les principaux fournisseurs étaient le Danemark (16,5 %) et l'Allemagne de l'Ouest (8,1 %).

L'augmentation croissante des importations en provenance de pays étrangers témoigne de l'évolution du marché américain des produits de boulangerie. De 1982 à 1987, les importations totales de produits de boulangerie des États-Unis ont grimpé de 141,7 millions de dollars US à 317,1 millions de dollars US. (Voir le graphique 1 ci-dessous.) L'annexe 5 illustre la valeur des importations de chacun des groupes de produits pour la période de 1982 à 1987.

GRAPHIQUE 1

TOTAL DES IMPORTATIONS AMÉRICAINES DE CERTAINS PRODUITS DE BOULANGERIE



Source : U.S. General Imports and Imports for Consumption, département américain du Commerce.

Dans la catégorie du pain (Annexe A 484010), les importations américaines en provenance de tous les pays se sont chiffrées à 38 millions de dollars US en 1987. Il s'agit d'une augmentation de 61 % par rapport aux importations de 1982, qui étaient de 23,6 millions de dollars US. Le Canada est le principal fournisseur étranger de ce produit, puisque sa part des importations s'élève à plus de 75 %. Pendant cette période de cinq ans, les ventes de pain canadien aux États-Unis sont passées de 19,2 millions de dollars US (81 % du total) à 28,7 millions de dollars US en 1987. On constate donc une augmentation de 50 % au cours de cette période quinquennale.

Dans la catégorie plus vaste des biscuits, des gâteaux, etc. (Annexe A 484020), les importations des États-Unis en 1987 de toute provenance se sont élevées à 277,1 millions de dollars US. C'est là une augmentation non négligeable de 117 % par rapport aux chiffres de 1982, soit 118 millions de dollars US. Le Canada est le principal fournisseur dans cette catégorie également, avec 33 % du total des importations. En 1982, le Canada a exporté aux États-Unis une valeur de 39,3 millions de dollars US (33 % du total) et, en 1987, ses exportations atteignaient 91,3 millions de dollars US (33 % du total). Les exportations du Canada sur la période de cinq ans ont donc grimpé de 132 %.

Le Danemark, l'Allemagne de l'Ouest, le Royaume-Uni, le Japon et l'Italie réalisent des ventes importantes dans la catégorie des biscuits-gâteaux. Les ventes de ces cinq pays aux États-Unis se sont chiffrées au total à 47 millions de dollars US en 1982 et ont grimpé à 100 millions de dollars US en 1987, pour une augmentation de 113 %. En 1987, la part de ces cinq pays sur le marché d'importation des États-Unis s'élevait à 45 %, par rapport à 40 % en 1982. Les produits exportés par ces pays aux États-Unis ne sont pas en règle générale de la même nature ou de la même sorte que ceux fabriqués au Canada. Les petits-beurre en boîte métallique du Danemark, les biscuits fins emballés de l'Allemagne de l'Ouest et les sablés de Grande-Bretagne sont typiques des importations européennes.

Pour suite de la montée des prix des importations du Japon et de l'Europe, il semble qu'il y ait de nouvelles possibilités de croissance de la part du marché américain de produits de boulangerie détenue par le Canada, et il existe des fabricants canadiens qui sont en mesure d'approvisionner ce marché. Sous le régime de l'Accord de libre-échange entre les deux pays, les perspectives ne devraient pas changer énormément puisque la plupart des produits sont admis en franchise. Pour les quelques produits frappés de droits de douane, le tarif varie de 5 à 10 %. Tous les droits de douane, toutefois, seront supprimés d'ici 1998. Les droits actuels auxquels sont assujettis les produits de boulangerie seront supprimés selon des réductions tarifaires annuelles identiques s'échelonnant sur dix ans. On trouvera à l'annexe 6 la liste complète des droits en vigueur.

Perspectives offertes aux exportateurs canadiens

Un certain nombre de boulangeries canadiennes exportent déjà aux États-Unis. Ces exportations se sont élevées en 1987 à 120 millions de dollars US, d'après les statistiques des États-Unis sur les importations, ou à 151,5 millions de dollars CAN, selon les statistiques canadiennes sur les exportations. Les produits exportés sont très divers et incluent des craquelins, des muffins anglais, de la pâte congelée, du pain à l'ail, des biscuits en vrac, des gâteaux de dessert et des galettes de pain.

Le nouvel exportateur sur le marché américain devrait considérer ce marché comme une simple extension de son domaine propre. Pour obtenir de l'aide à cet égard, on peut compter sur les missions de "Programme Nouveaux exportateurs aux États frontaliers" (NEEF) ou sur les foires Solo Food. Le programme NEEF est administré par divers Centres du commerce international (CCI), dans toutes les régions du Canada, en collaboration avec les services commerciaux des consulats canadiens aux États-Unis. Les foires Solo Food sont des manifestations informelles d'une demi-journée où les sociétés canadiennes d'alimentation présentent leurs produits à l'industrie alimentaire des États-Unis. Ces foires ont lieu tous les ans à Seattle, à Minneapolis, à Cleveland, à Buffalo, à Boston et dans d'autres grandes villes. On trouvera de plus amples renseignements à l'annexe 9 en consultant la liste des personnes ressources.

Lorsqu'on aura déterminé qu'il existe effectivement un marché aux États-Unis et qu'on aura décidé de le pénétrer, il faudra s'assurer que les ingrédients et les étiquettes des produits sont conformes aux lois et aux règlements de ce pays. La section de l'accès au marché de la Direction des relations commerciales avec les États-Unis (UTE) du ministère des Affaires extérieures peut vous aider à cette fin.

PERSPECTIVES DE L'INDUSTRIE AMÉRICAINE

Cette partie se fonde sur l'édition de 1988 de U.S. Industrial Outlook que publie l'USDOC. Cette information permet de prévoir de façon générale les perspectives à court terme, et donne une idée des tendances et de l'évolution attendues dans le secteur américain des produits de boulangerie. Ces données peuvent être intéressantes, mais les lecteurs sont priés de les utiliser prudemment pour les raisons exposées ci-après.

Premièrement, même si l'USDOC est la source de la partie intitulée "Importations américaines, 1982-1987" (voir les pages précédentes) et des "Perspectives de l'industrie américaine", il utilise deux systèmes différents de classement des produits. Les distinctions peuvent sembler

imperceptibles. Dans certains cas, des titres légèrement différents peuvent refléter des ensembles de produits très similaires; dans d'autres, des titres analogues pour les secteurs ou groupes de produits englobent une gamme de produits un peu différente. Ainsi, les prévisions de marché publiées dans "Perspectives de l'industrie américaine" pourraient s'appliquer à une gamme de produits un peu différente de celle utilisée dans le reste du présent rapport.

Deuxièmement, même si la plupart des parties de "Perspectives de l'industrie américaine" concernent l'ensemble du secteur, d'autres visent des produits ou des groupes de produits spécifiques. Les prévisions faites aux deux niveaux doivent être soigneusement évaluées puisqu'elles peuvent diverger considérablement des perspectives applicables aux divers produits englobés. Les données sur les perspectives ne peuvent donc que présenter un aperçu général de l'horizon à court terme dans ce secteur.

Des renseignements complémentaires ont été fournis pour la présente section de la Direction des produits alimentaires du ministère des Affaires extérieures.

Le marché américain des produits de boulangerie

La valeur du marché américain des produits de boulangerie s'élève, selon les prévisions, à plus de 23 milliards de dollars US en 1988. Ces prévisions sont fondées sur la publication United States Industrial Outlook - 1988, que diffuse l'USDOC. Les 23 milliards de dollars US sont calculés d'après la valeur prévue des expéditions, devant se chiffrer à 22 731 millions de dollars US, auxquels s'ajoute la valeur prévue des importations, soit 350 millions de dollars US, minorée de 60 millions de dollars US correspondant aux exportations prévues. Il s'agit d'une augmentation de 3 % par rapport aux 21 989 millions de dollars US des expéditions de 1987. On s'attend à ce que les importations s'accroissent de 9 %, pour atteindre 350 millions de dollars US, tandis que les exportations augmenteraient de 12 % par rapport à 1987.

Les expéditions de l'industrie des produits de boulangerie sont réparties en deux groupes : les produits de boulangerie proprement dits (position statistique nº 2051) et les biscuits et craquelins (position statistique nº 2052). Parmi ces deux groupes, les expéditions de produits de boulangerie devraient atteindre 15,1 milliards de dollars US, pour une augmentation de 2,3 % par rapport à 1987. Les expéditions de biscuits et de craquelins devraient dépasser les 7,6 milliards de dollars US en 1988, soit une solide augmentation de 5,6 % par rapport à l'année précédente.

Par comparaison, la valeur des expéditions de l'industrie canadienne des produits de boulangerie s'élevait en 1985 à un peu moins de 2 milliards de dollars CAN. Les statistiques canadiennes relatives à l'industrie de produits de boulangerie tiennent compte de deux catégories : les expéditions de pain, soit 1 455,5 millions de dollars CAN et les expéditions de biscuits s'élevant à 494 millions de dollars CAN.

Consommation par habitant de produits de boulangerie

La consommation par habitant de produits de boulangerie aux États-Unis a baissé pendant la plus grande partie de la décennie. La consommation totale de produits de boulangerie se chiffrait en 1982 à 90,7 livres par personne. Elle a chuté à 89,6 livres en 1986, pour régresser encore en 1987 et atteindre 89,5 livres.

Consommation par habitant, 1982 - 1987, livres par personne

	1982	1986	1987
Pain	46,2	45,3	45,2
blanc	(27,6)	(26,6)	(26,5)
variété	(16,0)	(16,6)	(16,8)
Petits pains	14,1	13,3	13,0
Pâtisseries levées sucrées	3,4	3,5	3,5
Gâteaux à pâte molle	5,5	5,3	5,3
Tartes	2,1	2,0	1,9
Beignes, qualité gâteaux	1,9	1,8	1,7
Biscuits	9,6	10,6	10,9
Craquelins	7,9	7,9	7,9
Total	90,7	89,6	89,5

Source : U.S. Industrial Outlook 1988, département américain du Commerce.

Dans ce marché de 20 milliards de dollars US, toutefois, on a assisté pour certains produits de boulangerie à une augmentation de la consommation par habitant de 1986 à 1987. Ces produits sont les pains de variété, les beignes levés sucrés et les biscuits. On constate également des changements sur le marché dont les statistiques publiées ne témoignent pas. Signalons l'expansion des diverses chaînes de beignes, l'immergence des points de vente de muffins prêts à manger, une progression des pains spéciaux comme le pain français et à 7 grains, le pain au levain, le pain à l'ail et les bagels, de même que des produits de boulangerie pour four à micro-ondes.

Nous avons défini dans le présent chapitre les produits envisagés dans le rapport, défini les critères ayant présidé à leur choix et donné un résumé des importations américaines de ces produits pour 1982-1987. Lorsque nous disposions des données voulues, nous avons également fourni les perspectives à court terme de l'industrie américaine correspondante. Comme le rapport vise uniquement à offrir un aperçu sectoriel ainsi que des indications sur les possibilités d'accroissement des exportations canadiennes, les lecteurs sont vivement encouragés à mener de plus amples recherches sur les créneaux possibles mis en évidence.

Les utilisateurs du rapport intéressés à entreprendre de plus amples recherches sur des marchés particuliers sont également invités à communiquer avec les Services commerciaux du gouvernement canadien, dont la liste est présentée dans la dernière annexe du rapport, afin d'obtenir des renseignements sur l'aide dont ils peuvent bénéficier.

IV - ÉTUDE DE MARCHÉ

ENQUÊTE AUPRÈS D'IMPORTATEURS AMÉRICAINS

Les importateurs américains de produits de boulangerie etc. que nous avons interrogés ont été choisis à partir de diverses sources, dont le rapport que nous a remis le service d'information Journal of Commerce Piers Port Import/Export Reporting Service. Ce rapport contenait des données sur les livraisons effectuées pendant trois mois en 1987 et classait les importateurs des principaux pays développés d'après le volume des importations. Outre cette liste, nous avons utilisé des renseignements provenant des bureaux du ministère des Affaires extérieures aux États-Unis ainsi que des listes provenant d'associations professionnelles et de nombreuses publications de l'industrie.

Comme on le signalait plus haut, l'étude dans son ensemble porte sur environ 80 branches d'activité. Au total, plus de 4 000 entrevues seront effectuées auprès d'entreprises américaines. Le nombre de sociétés interrogées par secteur varie de 30 à plus de 100, selon le degré de concentration de l'industrie et la diversité des produits de chaque secteur. Pour le rapport sur les produits de boulangerie, 30 questionnaires ont été remplis.

Résultats des entrevues

Pour les 30 répondants, le tableau 1 ci-après précise le nombre d'entreprises important chacun des produits examinés et le nombre de celles qui considèrent qu'il s'agit d'un produit important.

Tableau 1
Nombre de répondants

Produit	Nombre d'importateurs du produit	Considérant le produit comme une importation majeure
Biscuits à la poudre levante	4	0
Biscuits de fantaisie	13	6
Pain, à levain	4	0
Brioches	1	0
Pâtisseries congelées	3	0
Biscuits, ordinaires et de fantaisie (sauf pour bébés)	25	10
Produits de boulangerie (sauf produits congelés précuits)	8	5

Pour les importateurs américains interrogés, les produits de boulangerie les plus recherchés étaient les biscuits ordinaires et de fantaisie. Le tableau 2 ci-après présente les principaux fournisseurs étrangers des importateurs américains interrogés, le nombre de répondants approvisionnés par chacun des pays et le degré de satisfaction globale à l'égard des fournisseurs. Les résultats détaillés pour tous les pays qui fournissent des produits aux répondants sont présentés à l'annexe 7.

Tableau 2

Pays d'origine	**Nombre de répondants approvisionnés**	**Degré de satisfaction (max. = 5,0)**
Angleterre	11	4,0
Allemagne de l'Ouest	10	4,0
France	8	3,9
Danemark	6	4,5
Italie	5	4,0
Canada	5	4,6
Pays-Bas	5	4,2
Suède	5	4,8

Les résultats de l'enquête révèlent que la majorité des répondants sont satisfaits de leurs fournisseurs même si quelques-uns d'entre eux se plaignent des délais de livraison, de difficultés de communication et d'expédition, ainsi que d'erreurs dans les produits envoyés. Les raisons pour lesquelles les répondants s'approvisionnent auprès de leurs fournisseurs actuels sont les suivantes :

- produits non disponibles aux États-Unis (76,7 % des répondants);
- qualité supérieure (23,3 % des répondants);
- sources d'approvisionnement complémentaires à celles des États-Unis (10 % des répondants);
- prix moins élevés (6,7 % des répondants).

La majorité des importateurs effectuent leurs achats pendant toute l'année, à l'exception de 10 % qui ne font que des achats saisonniers.

La très grande majorité (93,3 %) des personnes interrogées ont signalé que la dévaluation du dollar américain par rapport à de nombreuses devises avait entraîné une augmentation du prix de leurs importations et bon nombre d'entre eux se sont dits intéressés à en connaître davantage sur les fournisseurs canadiens comme source possible de remplacement. Plus de la moitié s'étaient déjà approvisionnés auprès de fournisseurs canadiens et la majorité de ceux-là se sont déclarés satisfaits de leurs produits. Un petit nombre de ceux qui n'avaient jamais fait l'essai de produits canadiens se sont montrés peu désireux d'en savoir plus sur les sociétés canadiennes et sur leurs produits disponibles. Voici les motifs invoqués pour expliquer ce manque d'intérêt :

- le produit à importer n'est pas disponible au Canada;
- les produits canadiens sont coûteux;
- le Canada ne dispose pas des connaissances nécessaires sur le produit.

La majorité des importateurs américains ayant répondu à l'enquête aimeraient recevoir par la poste la liste des produits et les barèmes de prix des sociétés canadiennes (92,6 %). Un pourcentage important d'entre eux se renseignent également sur les produits à l'occasion des foires commerciales (81,5 %), tandis que plus de la moitié acceptent volontiers les contacts directs par le fabricant canadien. Ces derniers sont toutefois moins enthousiastes au sujet des contacts par les distributeurs et les représentants, ou devant la perspective d'une visite à l'entreprise canadienne. Les foires commerciales les plus fréquentées sont les "Fancy Food Shows" des États-Unis et du Canada, ainsi que la "National Food Distributors Association Fair" aux États-Unis. Les publications de l'industrie sont également considérées comme des sources précieuses d'information sur les produits et les fournisseurs. Les publications les plus répandues sont le Specialty Food Magazine et le Fancy Food Magazine. Ces publications et les autres principales revues de l'industrie américaine figurent à l'annexe 8.

En réponse à la question sur l'incidence de l'Accord de libre-échange Canada-États-Unis sur leur politique d'achat, les deux cinquièmes des importateurs américains interrogés ont déclaré qu'ils augmenteraient très vraisemblablement leurs achats au Canada. Près de la moitié des répondants, toutefois, ont jugé que l'Accord n'aurait pas d'incidence, tandis que les autres n'avaient pas encore réfléchi à la question. Les obstacles actuels à des approvisionnements au Canada qui ont été cités sont les droits à l'importation et la concurrence directe au Canada. Si 96,3 % des répondants sont intéresses, de façon générale, à obtenir des renseignements des entreprises canadiennes sur les produits disponibles, trois importateurs américains cherchent actuellement des fournisseurs de produits particuliers. Ces sociétés sont les suivantes :

- **Gourmet France** qui recherche des produits de boulangerie en général;

- **Schaffer Clarke** qui recherche des produits de boulangerie;

- **Skandia Foods** qui recherche des biscuits spéciaux et des craquelins.

On trouvera à l'annexe 1 de plus amples détails sur ces entreprises et à l'annexe 2 la liste des importateurs américains qui s'intéressent à des sources d'approvisionnement canadiennes de produits de boulangerie.

ENQUÊTES AUPRÈS D'ASSOCIATIONS AMÉRICAINES

Nous avons communiqué avec des associations de l'industrie américaine afin de compléter les renseignements fournis par les importateurs eux-mêmes et afin de présenter le point de vue de l'industrie sur le commerce des produits de boulangerie. Voici les associations interrogées ainsi qu'une description de leur mandat :

- L'American Institute of Baking (AIB) est un organisme à but non lucratif qui se spécialise dans la recherche sur la nutrition et les aliments. Elle sert également de source d'information pour la recherche sur les aliments et l'hygiène alimentaire;

- Cookie and Snak Bakers Association (CSBA) est un organisme d'encadrement pour les petites boulangeries.

Nous avons intérrogé ces associations pour obtenir les renseignements suivants :

- les tendances du marché et les prévisions relatives à l'industrie;

- l'effet de la dévaluation du dollar sur le commerce des produits de boulangerie aux États-Unis;

- les principales foires commerciales de l'industrie;

- les principales publications de l'industrie;

- l'incidence de l'Accord de libre-échange Canada-États-Unis sur l'industrie;

- les points forts et les points faibles de l'industrie canadienne, tels qu'ils sont perçus.

Résultats des entrevues

Les associations prévoient une augmentation des ventes de biscuits et de craquelins, de même qu'une légère hausse des ventes de pain tranché. Toutefois, cette augmentation ne devrait pas être importante. On s'attend à ce que la dévaluation du dollar américain relance les exportations, en particulier les ventes de farine et de grains. Les importations d'aliments gastronomiques et spéciaux devraient s'accroître au cours des cinq prochaines années et l'on estime que le Brésil jouera un rôle de premier plan à l'égard de ces importations aux États-Unis. L'Accord de libre-échange ne devrait pas avoir de répercussions importantes sur les ventes entre le Canada et les États-Unis. Les États-Unis pourraient cependant importer un peu plus de produits spéciaux du Canada avec la ratification de l'Accord.

L'industrie canadienne des produits de boulangerie est perçue de façon positive par les associations américaines. Le Canada est jugé très concurrentiel, notamment dans certains domaines ou il bénéficie d'avantages comme des prix moins élevés pour le sucre.

Les associations ont précisé les publications de l'industrie et les foires commerciales qui intéressent leurs membres. On en trouvera la liste à l'annexe 8.

V - CONTEXTE

Il y a quelques années, les États-Unis affichaient de légers déficits commerciaux que compensaient des recettes de plus de 140 milliards de dollars US tirées des placements américains à l'étranger. Le budget américain était habituellement déficitaire, mais l'épargne intérieure était bien supérieure au déficit. Par conséquent, le solde du compte courant s'en trouvait toujours positif.

Lors de la relance de l'économie américaine qui suivit la récession de 1981-1982, la demande a progressé plus rapidement que la production. Les importations ont augmenté considérablement pour combler l'écart. À la fin de 1983, le déficit commercial atteignait près de 69 milliards de dollars US. Ces phénomènes se sont maintenus jusqu'en 1985 et ont poussé le déficit commercial à 148 milliards de dollars US. Le déficit budgétaire du gouvernement fédéral a plus que doublé en proportion du PNB et l'épargne a chuté à son niveau le plus bas.

Sous cette pression, le dollar américain a commencé à fléchir sur le marché international des changes. À la fin de 1987, le dollar américain avait perdu 48 % de sa valeur par rapport au yen japonais, 48 % également par rapport au mark allemand, 44 % par rapport à la couronne danoise, 43 % par rapport au franc français et 39 % par rapport à la lire italienne. En fait, le dollar américain s'est déprécié par rapport aux monnaies de tous les grands pays industriels de l'Occident, à l'exception du dollar canadien. À la fin de 1987, le déficit commercial atteignait le niveau record de 171 milliards de dollars US car le prix des importations augmentait plus rapidement que ne diminuait le volume des importations.

D'après les statistiques du troisième trimestre de 1988, la valeur du dollar américain s'est stabilisée par rapport aux monnaies de la plupart des autres pays industriels occidentaux. Les modifications antérieures du cours des monnaies commencent à peine à se répercuter sur les échanges commerciaux. Les fournisseurs étrangers des États-Unis qui avaient réussi à réduire leur marge bénéficiaire pendant de nombreux mois ont été contraints d'augmenter leurs prix. Les statistiques commerciales n'ont pas reflété les changements immédiatement car la valeur des importations s'est maintenue alors que le volume diminuait.

Le déficit commercial prévu pour 1988 (125 milliards de dollars US) indique que le rajustement des monnaies aboutit enfin à l'effet souhaité. La faiblesse du dollar américain semble entraîner des importations décidément élevées. Toutefois, certains analystes estiment que le dollar américain doit chuter encore plus bas pour que le déficit commercial tombe en deça du niveau de 100 milliards de dollars.

Bien que le dollar canadien se soit renforcé récemment par rapport au dollar américain, sa valeur, pour l'essentiel, a suivi un mouvement parallèle à celle du dollar américain relativement aux autres monnaies internationales. Ces phénomènes devraient contribuer à stimuler le

commerce bilatéral entre le Canada et les États-Unis. L'appréciation des monnaies des pays développés par rapport aux monnaies nord-américaines devrait accroître les débouchés des entreprises canadiennes de fabrication et de prestation de services aux États-Unis, ainsi que les débouchés des entreprises américaines au Canada.

MÉTHODOLOGIE

L'analyse des possibilités qui s'offrent aux entreprises canadiennes de remplacer les importations américaines provenant de l'Europe et du Japon fut amorcée à un niveau assez élevé de regroupement des données statistiques sur toutes les importations américaines. En appliquant certains critères, nous avons réduit progressivement le champ de l'analyse aux débouchés qui, à un niveau très bas de décomposition des données statistiques, offrent aux fabricants canadiens les meilleures chances d'accroître leurs exportations aux États-Unis. Dans notre démarche, nous sommes également passés de l'identification de ces débouchés, par des analyses statistiques, à la confirmation de leur existence, au moyen d'entrevues menées auprès de représentants d'importateurs américains de produits provenant des pays développés.

Pour établir quels étaient les débouchés des entreprises canadiennes aux États-Unis, nous avons réuni des données sur les importations américaines de 1981 à 1985. Nous avons choisi une période de référence quinquennale afin de pouvoir distinguer entre les marchés d'importation "établis" et "temporaires". Dans les secteurs où le volume des importations américaines de l'Europe et du Japon s'est maintenu à un certain niveau pendant plusieurs années, il est moins probable que ces importations constituent un phénomène à court terme et que les acheteurs américains soient capables de remplacer en peu de temps leurs fournisseurs étrangers par des fournisseurs américains. Pour la première sélection, les données statistiques sur les importations américaines de marchandises de l'annexe A furent groupées au niveau des codes à quatre chiffres.

Toutes les importations américaines (dans les catégories des codes à quatre chiffres) qui provenaient des pays développés et dont la valeur à l'importation dépassait un million de dollars US furent relevées pour les années de référence et classées dans l'ordre décroissant, selon leur valeur. À partir de cette liste, la Direction des relations commerciales, touristiques et économiques - États-Unis a d'abord choisi 26 groupes de produits qui devaient être analysés plus à fond. Chaque groupe fut décomposé au niveau des codes à sept chiffres, puis une enquête fut entreprise pour établir s'il y avait des sociétés canadiennes qui fabriquaient des produits semblables et qui pouvaient exploiter les débouchés éventuellement mis en évidence. Il fut relativement simple d'élargir les codes de l'annexe A de quatre chiffres à sept chiffres; la liste de ces marchandises fut dressée pour l'année 1986, précisant leur valeur en douane. La désignation

des entreprises canadiennes s'est faite à partir de la base de données WIN du ministère des Affaires extérieures, que toutes les grandes missions du Ministère à l'étranger peuvent consulter en direct et qui contient des renseignements sur les fabricants canadiens et leurs produits. Il est à noter que la constitution de la base de données WIN n'est pas encore complète, mais elle est assez avancée pour que nous puissions l'utiliser aux fins de la présente étude.

À cette étape de l'analyse, les produits ou groupes de produits ayant donné lieu à des importations d'une valeur globale de plus de 80 millions de dollars US, pour le Japon, l'Europe et le Canada, furent désignés en vue d'une analyse plus approfondie. Après consultation de porte-parole de l'industrie et du gouvernement, spécialistes du secteur, d'autres produits ou groupes de produits qui n'avaient pas satisfait aux critères furent ajoutés parce qu'ils semblaient offrir un intérêt commercial appréciable. D'autres encore furent supprimés faute de potentiel commercial suffisant.

L'étape suivante consistait à identifier les principaux importateurs américains des produits choisis, à élaborer un questionnaire et à interviewer les importateurs. Nous avons alors conçu un questionnaire qui visait à recueillir les renseignements suivants sur chacun des importateurs interrogés :

- Quels sont les principaux produits qu'il importe?
- Quels sont les pays d'origine de ces importations? Dans quelle mesure l'importateur est-il satisfait de chacun de ses fournisseurs?
- Pourquoi n'utilise-t-il pas des produits américains?
- Quel a été l'effet de la dévaluation du dollar américain sur le prix des importations?
- L'importateur a-t-il déjà acheté des produits canadiens? Dans l'affirmative, était-il satisfait de ses fournisseurs canadiens?
- L'importateur voudrait-il en savoir plus long sur les fournisseurs canadiens?
- Par quel moyen voudrait-il que les fournisseurs canadiens le renseignent? Quelles sources d'information utilise-t-il pour décider quels produits acheter?
- Ses achats sont-ils saisonniers?
- Y a-t-il des obstacles qui empêchent l'importateur de s'approvisionner au Canada?
- Est-ce que l'Accord de libre-échange entre le Canada et les États-Unis modifiera sa politique d'achat?

Nous avons interviewé les principaux importateurs par téléphone et leur avons envoyé un questionnaire par la poste lorsqu'ils en faisaient la demande.

Il existe diverses raisons qui font que, dans certaines situations, la hausse du prix des produits importés ne crée pas de débouchés considérables pour les entreprises canadiennes sur le marché américain; ces facteurs sont notamment les suivants :

- D'autres caractéristiques du produit l'emportent sur le prix, c'est-à-dire sa qualité, sa forme, etc.;
- Le produit importé est un composant d'un produit fini et sa valeur est minime par rapport à celle du produit fini;
- L'acheteur américain s'approvisionne depuis longtemps auprès de ses fournisseurs étrangers actuels et il compte sur la capacité démontrée de l'exportateur à répondre rapidement aux changements requis;
- L'acheteur américain est un client captif de la société mère;
- La licence de fabrication que possède l'acheteur américain lui interdit de s'approvisionner auprès d'autres fournisseurs;
- L'entreprise peut s'approvisionner auprès de fournisseurs américains;
- Le produit importé est un produit de luxe et son prix n'influe pas beaucoup sur la demande.

Nous avons donc conçu le questionnaire de manière à établir dans quelle mesure ces facteurs et d'autres encore limitent les débouchés mis en évidence au moyen de l'analyse statistique.

À la suite du sondage auprès des importateurs, nous avons interrogé les associations représentant l'industrie afin d'obtenir de l'information par secteur. Ces associations ont fourni des renseignements sur les points suivants :

- Les tendances du marché relatives à l'industrie;
- L'effet de la dévaluation du dollar américain sur l'industrie;
- L'incidence de l'Accord de libre-échange Canada-États-Unis sur l'industrie;
- Les points forts et les points faibles de l'industrie canadienne, tels qu'ils sont perçus.

Les résultats de toutes ces étapes ont donné lieu à l'établissement d'une ébauche de rapport sommaire pour chaque secteur. Chacun des rapports a été présenté pour examen à un spécialiste de l'industrie, aux associations canadiennes représentant l'industrie concernée et au responsable du secteur à ISTC.

ANNEXE 1

IMPORTATEURS AMÉRICAINS QUI RECHERCHENT DES FOURNISSEURS DE PRODUITS PARTICULIERS

Nom :	Gourmet France
Adresse :	9373 Remick Avenue Pacoima, CA 91331 U.S.A.
Personne ressource :	M. Thierry Reux, agent des achats
Téléphone :	818-768-4300
Télécopieur :	818-504-9126

- Importe des petits gâteaux, des biscuits et du pain de France, d'Italie, d'Espagne et d'Indonésie.
- La disponibilité du produit est un facteur important de la décision d'importer.
- A été très satisfait des fournisseurs canadiens de produits de boulangerie.
- N'a pas de préférence quant à la méthode d'obtention de renseignements sur l'entreprise canadienne.
- Lit Gourmet Retailer.
- Recherche activement des fournisseurs de tomates muries au soleil et conservées dans de l'huile, ainsi que des produits de boulangerie.

Nom :	Schaffer Clarke
Adresse :	1445 E. Putman Avenue Old Greenwich, CT 06870 U.S.A.
Personne ressource :	M. Karl Pimat, directeur général des importations
Téléphone :	203-637-7887
Télécopieur :	

- Importe des galettes de pain et des craquelins du Royaume-Uni, de Suède et d'Allemagne de l'Ouest.
- La disponibilité du produit est un facteur important de la décision d'importer.
- N'a jamais essayé les produits canadiens.
- Préfère les brochures envoyées directement par l'entreprise canadienne.
- Recherche activement des fournisseurs de produits de boulangerie.

Nom :	Skandia Foods
Adresse :	615 Eastbrook Drive Arlington Heights, IL 60005 U.S.A.
Personne ressource :	M. Jack Berntson, président
Téléphone :	312-364-9704
Télécopieur :	

- Importe des biscuits à la poudre levante, des biscuits de fantaisie et des biscottes d'Allemagne de l'Ouest, de France, d'Irlande et des pays scandinaves.
- A été très satisfait des fournisseurs canadiens de produits de boulangerie.
- Préfère que l'entreprise canadienne communique l'information au moyen de brochures, des foires commerciales et des publications de l'industrie.
- Participe aux foires Biscuits and Cookies, Fancy Food and Supermarket Institute (SMI).
- Lit Specialty Food Magazines.
- Recherche activement des fournisseurs de biscuits spéciaux et de craquelins.

ANNEXE 2

IMPORTATEURS AMÉRICAINS QUI RECHERCHENT DES FOURNISSEURS EN GÉNÉRAL

IMPORTATEURS AMÉRICAINS INTERROGÉS

Société : Bahlsen of America
Adresse : 1 Quality Lane
Cary, NC 27512
Contact : Mme Urhula Smith
Poste : Secrétaire
Téléphone : 919-467-0164
Télex : 5101001127
Télécopieur :

Société : Cain Food Industries
Adresse : P.O. Box 35066
Dallas, TX 75235
Contact : M. Charlie Gibbs
Poste : Vice président
Téléphone : 214-630-4511
Télex :
Télécopieur :

Société : Country Oven Bakery
Adresse : 2840 Pioneer Drive
Bowling Green, KY
42101-1686
Contact : M. Wayne Milliner
Poste : Directeur des achats
Téléphone : 502-782-3200
Télex :
Télécopieur :

Société : Dak Foods
Adresse : 7345 Woodhaven Blvd.
Glendale, NY 11385
Contact : M. Jerry Einhorn
Poste : Directeur des ventes
Téléphone : 718-830-6600
Télex : 7105815584
Télécopieur : 718-896-1039

Société : Fantastic Foods
Adresse : 106 Galli Drive
Novato, CA 94949
Contact : Mme Jackie McGovern
Poste : Directeur de la comptabilité
Téléphone : 415-883-7718
Télex : 705077
Télécopieur :

Société : General Commodities
International
Adresse : 7239 - 33rd Street N.W.
Miami, FL 33122
Contact : M. Garcia
Poste : Directeur des ventes
Téléphone : 305-592-2339
Télex :
Télécopieur :

Société : Gourmet France
Adresse : 9373 Remick Avenue
Pacoima, CA 91331
Contact : M. Thierry Reux
Poste : Agent des achats
Téléphone : 818-768-4300
Télex : 698674
Télécopieur : 818-504-9126

Société : Goya Foods
Adresse : 100 Seaview Drive
Secaucas, NJ 07096
Contact : M. Joe Perez
Poste : Directeur des achats
Téléphone : 201-348-4900
Télex : 5101000213
Télécopieur : 201-348-6609

Société : Millbrook Distributing
Adresse : Route 56
Leceister, MA 01524
Contact : M. Maurice Grossman
Poste : Acheteur d'aliments spéciaux
Téléphone : 617-892-8171
Télex : 5106018989
Télécopieur : 617-892-4827

Société : Milwaukee Biscuit
Adresse : 6200 North Baker Road
Milwaukee, WI 53209
Contact : M. Kurt Melander
Poste : Acheteur principal
Téléphone : 414-228-8585
Télex :
Télécopieur :

Société : Nabisco Brands Import
Adresse : 274 Riverside Avenue
Westport, CT 06880
Contact : M. Wayne DeVries
Poste : Directeur de la commercialisation
Téléphone : 203-222-8831
Télex :
Télécopieur : 203-222-8871

Société : Napoleon Company
Adresse : 5933 - 6th Avenue South
P.O. Box 81126
Seattle, WA 98108
Contact : M. Milo Magnano
Poste : Vice président
Téléphone : 206-762-3778
Télex : 0321313
Télécopieur :

Société : Paskesz Candy Company
Adresse : 125 - 51st Street
Brooklyn, NY 11232
Contact : M. Henry Schmidt
Poste : Vice président
Téléphone : 718-439-6222
Télex : 6971570 ABPAS
Télécopieur : 718-439-3076

Société : Plumrose
Adresse : 7345 Woodhaven Blvd.
Glendale, NY 11385
Contact : M. Claus Madsen
Poste : Directeur des produits
Téléphone : 718-830-6600
Télex : 7105815584
Télécopieur : 718-896-1039

Société : Pogens Family Bakery
Adresse : 1800 South Anderson
Compton, CA 90220
Contact : M. Tom Espanosa
Poste : Vice président
Téléphone : 213-636-9712
Télex :
Télécopieur : 213-637-2505

Société : Richardson Brands
Adresse : Atlantic and I Streets
Philadelphia, PA 19134
Contact : Mme Pat Dougherty
Poste : Trésorière
Téléphone : 215-634-4700
Télex :
Télécopieur : 215-634-4738

Société : Richter Brothers
Adresse : 400 Commerce Blvd.
Carlstadt, NJ 07072
Contact : Mme Diane Richter
Poste : Directeur des importations
Téléphone : 201-935-6850
Télex : 203645
Télécopieur :

Société : Schaffer Clarke
Adresse : 1445 E. Putnam Avenue
Old Greenwich, CT 06870
Contact : M. Karl Pirnat
Poste : Directeur général des importations
Téléphone : 203-637-7887
Télex :
Télécopieur :

Société : Seasia
Adresse : Box 3642
Seattle, WA 98124
Contact : M. P. Daikoku
Poste : Agent des achats
Téléphone : 206-624-6380
Télex : 9104444009
Télécopieur : 206-624-0377

Société : Selected Specialty Sales
Adresse : 20 Lafayette Place
Kenilworth, NJ 07033
Contact : M. Marvin Herman
Poste : Président
Téléphone : 201-276-6900
Télex :
Télécopieur :

Société : Skandia Foods International
Adresse : 615 Eastbrook Drive
Arlington Heights, IL 60005
Contact : M. Jack Berntson
Poste : Président
Téléphone : 312-364-9704
Télex :
Télécopieur :

Société : Vigo Imports Limited
Adresse : 4701 W. Comanche Avenue
Tampa, FL 33614
Contact : M. Sam Ciccarello
Poste : Chef de bureau
Téléphone : 813-884-3491
Télex :
Télécopieur : 813-884-7139

Société : Wachtel Biscuit
Adresse : 445 South Franklin Street
Hempstead, NY 11550
Contact : M. Felix Enrile
Poste : Contrôleur
Téléphone : 516-538-3900
Télex :
Télécopieur :

Société : Westco Products Limited
Adresse : 7351 Crider Avenue
Pico Rivera, CA 90660
Contact : M. Hans Wallbro
Poste : Directeur de la commercialisation
Téléphone : 213-748-5415
Télex :
Télécopieur : 213-949-1257

Société : Yankee Food Distributors
Adresse : 232 Ash Street
Reading, MA 01867
Contact : M. Jim Burn
Poste : Acheteur
Téléphone : 617-944-9880
Télex :
Télécopieur :

AUTRES PERSONNES RESSOURCES CHOISIES AUX ÉTATS-UNIS

Société : A&P Food Stores
Adresse : 18800 W. Nine Mile
Southfield, MI 48075
Contact : M. Thomas Montgomery
Poste :
Téléphone : 313-353-1212
Télex :
Télécopieur :

Société : American Bakers Association
Adresse : 1111 - 14th Street N.W.
Washington, DC 20005
Contact : Mme Nikki Gaybart
Poste :
Téléphone : 202-296-5800
Télex :
Télécopieur :

Société : American Bakery Company
Adresse : P.O. Box 408
Southgate, CA 90280
Contact : M. James D. Freund
Poste : Président
Téléphone : 213-283-7731
Télex :
Télécopieur :

Société : Arnold Distributing Company
Adresse : 3820 Sheridan Drive
Buffalo, NY 14226
Contact : M. Joseph Maimone
Poste :
Téléphone : 716-837-7974
Télex :
Télécopieur :

Société : Borman's Incorporated/ Farmer Jack
Adresse : 18718 Borman Avenue
Detroit, MI 48232
Contact :
Poste :
Téléphone : 313-270-1000
Télex :
Télécopieur :

Société : Calkins and Company
Adresse : 1645 Birchwood Avenue
Des Plaines, IL 60018
Contact : M. Sam Speros
Poste : Premier vice président
Téléphone :
Télex :
Télécopieur :

Société : Continental Baking Company Incorporated
Adresse : 171 - 14th Street
San Diego, CA 92101
Contact : M. Ray Nivola
Poste : Directeur général
Téléphone : 619-233-7174
Télex :
Télécopieur :

Société : Federal Bakers Supply Corporation
Adresse : 1400 William Street
Buffalo, NY 14206
Contact : M. John Price
Poste : Vice président
Téléphone : 716-842-1200
Télex :
Télécopieur :

Société : Flavor Rite Company
Adresse : 2839 Liberty Avenue
Pittsburgh, PA 15222
Contact : M. John McQuade
Poste :
Téléphone : 412-471-3110
Télex :
Télécopieur :

Société : Fleming Companies Incorporated
Adresse : P.O. Box 6647
Oklahoma City, OK 73126
Contact :
Poste : Acheteur
Téléphone : 405-840-7200
Télex :
Télécopieur :

Société : Giant Eagle Corporation
Adresse : 101 Kappa Drive
Pittsburgh, PA 15238
Contact : M. Tom Lisko
Poste :
Téléphone : 412-963-6200
Télex :
Télécopieur :

Société : Hallsmith/Sysco Food
Servic Incorporated
Adresse : 380 S. Worcester Street
Norton, MA 02766
Contact : M. Joseph Gannon
Poste :
Téléphone :
Télex :
Télécopieur :

Société : Holsum Baking Company of
California Incorporated
Adresse : 2828 National Avenue
San Diego, CA 92113
Contact : M. Doug Calvert
Poste : Directeur des produits
Téléphone : 619-233-7364
Télex :
Télécopieur :

Société : J.D. Marketing & Associates
Limited
Adresse : P.O. Box 334
Riverside, IL 60546
Contact : M. James L. Dublinski
Poste : Président
Téléphone :
Télex :
Télécopieur :

Société : The Kroger Company
Adresse : 16770 Imperial Valley Drive
Suite 200
Houston, TX 77001
Contact :
Poste : Acheteur
Téléphone : 713-820-7500
Télex :
Télécopieur :

Société : Log House Foods
Adresse : 700 North Berkshire Lane
Plymouth, MN 55441
Contact : M. Roger Vanderbeusque
Poste :
Téléphone : 612-546-8395
Télex :
Télécopieur :

Société : Micosa Incorporated
Adresse : 1845 Oak Street, Suite 3
Northfield, IL 60093
Contact : M. Michael F. Collins
Poste : Président
Téléphone :
Télex :
Télécopieur :

Société : Minyard Food Stores
Incorporated
Adresse : P.O. Box 518
Copell, TX 75019
Contact :
Poste : Acheteur
Téléphone : 214-393-8700
Télex :
Télécopieur :

Société : The Napoleon Company
Adresse : 5933 - 6th Avenue South
Seattle, WA 98108
Contact : M. Joe Magnano
Poste : 206-762-3778
Téléphone :
Télex :
Télécopieur :

Société : Pacific Food Importers
Adresse : 2323 Airport Way South
Seattle, WA 98134
Contact : M. John Croce
Poste :
Téléphone : 206-682-2740
Télex :
Télécopieur :

Société : Preferred Products, Div. Super Value Incorporated
Adresse : 312 Lake Hazeltine Drive Chaska, MN 55418
Contact : M. Jack Berntson
Poste :
Téléphone : 612-448-5252
Télex :
Télécopieur :

Société : Retail Bakers Association
Adresse : 6525 Belcrest Road, Suite 250 Hyattsville, MD 20782-2003
Contact : M. Peter Houstle
Poste :
Téléphone : 301-277-0990
Télex :
Télécopieur :

Société : Safeway Stores Incorporated
Adresse : 2880 Ygnacio Valley Road Walnut Creek, CA 94598
Contact :
Poste :
Téléphone : 415-944-4018
Télex :
Télécopieur :

Société : Sather Foods
Adresse : Sathers Palza #1, 6th Avenue Box 28 Round Lake, MN 56167
Contact :
Poste :
Téléphone : 507-945-8181
Télex :
Télécopieur :

Société : Scrivner Incorporated
Adresse : P.O. Box 26030 Oklahoma City, OK 73126
Contact :
Poste : Acheteur
Téléphone : 405-670-4571
Télex :
Télécopieur :

Société : Shaws Supermarkets Incorporated
Adresse : 140 Laurel Street East Bridgewater, MA 02333
Contact : M. George Anoshian
Poste :
Téléphone :
Télex :
Télécopieur :

Société : Southland Distribution Center of Texas Importer
Adresse : P.O. Box 384 Tyler, TX 75710
Contact :
Poste : Acheteur
Téléphone : 214-877-3481
Télex :
Télécopieur :

Société : Tom Thumb Super Markets
Adresse : 14303 Inwood Road Dallas, TX 75234
Contact :
Poste : Acheteur
Téléphone : 214-661-9700
Télex :
Télécopieur :

Société : Van De Kamp's Holland Dutch Bakers Incorporated
Adresse : 2930 Fletcher Drive Los Angeles, CA 90065
Contact : M. Richard Gardiner
Poste : Président
Téléphone : 213-255-0171
Télex :
Télécopieur :

ANNEXE 3

IMPORTATIONS DE PRODUITS DE BOULANGERIE EN 1987
(Annexe A 48.4)

48.4 Importations de produits de boulangerie
Importations en 1987 (en milliers de dollars US)

Annexe A	Description des marchandises	Importations américaines totales	Canada	Europe	Japon	Autres
484010	Pain fabriqué au moyen de levain comme substance levante	38 024	28 732	8 284	275	733
484020	Biscuits, gâteaux, pâtisseries et autres produits de boulangerie analogues, incluant les gaufres non comestibles	277 096	91 317	133 987	13 445	38 347

ANNEXE 4

IMPORTATIONS D'EUROPE ET DU JAPON, PAR PAYS - 1987

IMPORTATIONS AMÉRICAINES DE CERTAINS PRODUITS DE BOULANGERIE D'EUROPE ET DU JAPON, PAR PAYS - 1987

(en milliers de dollars US)

PAYS	ANNEXE A		TOTAL	%
	484010	484020		
Belgique-Luxembourg	-	9 700	9 700	3,1
Danemark	-	50 445	50 445	16,0
Finlande	299	695	994	0,3
France	1 328	8 369	9 697	3,1
Italie	1 137	9 660	10 797	3,4
Pays-Bas	370	5 240	5 610	1,8
Norvège	505	974	1 479	0,5
Espagne	670	4 224	4 894	1,6
Suède	2 273	1 169	3 442	1,1
Suisse	-	1 592	1 592	0,5
Royaume-Uni	353	18 279	18 632	5,9
Allemagne de l'Ouest	1 349	23 640	24 989	7,9
Total pour l'Europe	8 284	133 987	142 271	45,1
Japon	275	13 445	13 720	4,4
Total pour l'Europe et le Japon	8 559	147 432	155 991	49,5
Total des importations	38 024	277 096	315 120	

ANNEXE 5

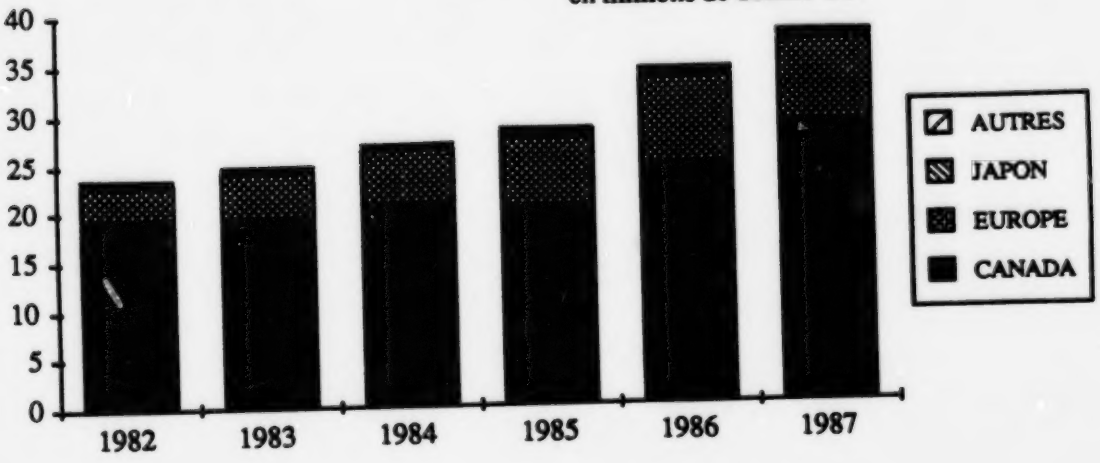
IMPORTATIONS AMÉRICAINES DE CERTAINS PRODUITS DE BOULANGERIE, 1982-1987

IMPORTATIONS AMÉRICAINES DE CERTAINS PRODUITS DE BOULANGERIE

PAIN FABRIQUÉ AU MOYEN DE LEVAIN COMME SUBSTANCE LEVANTE

ANNEXE A 484010

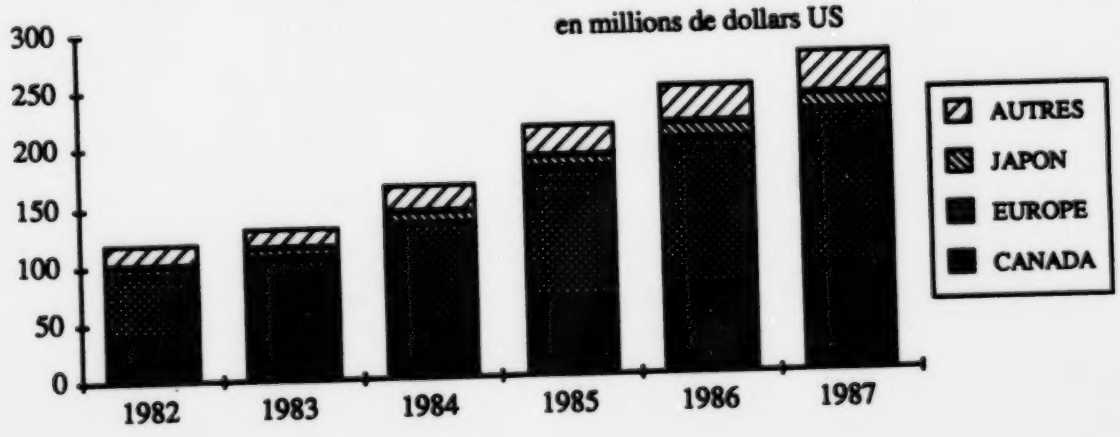
en millions de dollars US



BISCUITS, GÂTEAUX, PÂTISSERIES ET AUTRES PRODUITS DE BOULANGERIE ANALOGUES, Y COMPRIS LES GAUFRES NON COMESTIBLES

ANNEXE A 484020

en millions de dollars US



ANNEXE 6

**TARIFS DOUANIERS DES ÉTATS-UNIS
APPLICABLES AUX PRODUITS CANADIENS DE BOULANGERIE
ET CALENDRIER DE SUPPRESSION DES DROITS
EN VERTU DE L'ACCORD DE LIBRE-ÉCHANGE**

ÉLIMINATION DES DROITS DE DOUANE

1. Sauf stipulation contraire dans le présent accord, chaque Partie éliminera progressivement les droits de douane qu'elle applique aux produits originaires du territoire de l'autre Partie, conformément au calendrier suivant :

   A. Les droits sur les produits visés par chacun des numéros tarifaires désignés comme catégorie d'échelonnement A dans les listes respectives des Parties composant l'annexe 401.2 seront éliminés entièrement, et ces produits bénéficieront de la franchise à compter du 1er janvier 1989;

   B. Les droits sur les produits visés par chacun des numéros tarifaires désignés comme catégorie d'échelonnement B dans les listes respectives des Parties composant l'annexe 401.2 seront éliminés en cinq tranches annuelles égales commençant le 1er janvier 1989, et ces produits bénéficieront de la franchise à compter du 1er janvier 1993; et

   C. Les droits sur les produits visés par chacun des numéros tarifaires désignés comme catégorie d'échelonnement C dans les listes respectives des Parties composant l'annexe 401.2 seront éliminés en dix tranches annuelles égales commençant le 1er janvier 1989, et ces produits bénéficieront de la franchise à compter du 1er janvier 1998.

2. Sauf stipulation contraire dans le présent accord, les produits originaires du territoire de l'autre Partie qui sont visés par chacun des numéros tarifaires désignés comme catégorie d'échelonnement D dans les listes respectives des Parties composant l'annexe 401.2 continueront de bénéficier du régime existant d'admission en franchise indiqué dans ces listes.

NUMÉRO	DÉSIGNATION DES MARCHANDISES	TAUX DE BASE	CATÉGORIE D'ÉCHELONNEMENT
1905	Produits de la boulangerie, de la pâtisserie ou de la biscuiterie, même additionnés de cacao; hosties, cachets vides des types utilisés pour médicaments, pains à cacheter, pâtes séchées de farine, d'amidon ou de fécule en feuilles et produits similaires :		
1905.10.00	Pain croustillant dit "knackebrot"	Franchise	D
1905.20.00	Pain d'épices	Franchise	D
1905.30.00	Biscuits additionnés d'édulcorants; gaufres et gaufrettes	Franchise	D
1905.40	Biscottes, pain grillé et produits similaires grillés :		
1905.40.10	Pâtés impériaux et pâtés farcis	5 %	C
1905.40.90	Autres	Franchise	D
1905.90	Autres :		
1905.90.10	Pain, pâtisseries, gâteaux, biscuits et autres produits similaires de la boulangerie, et puddings même additionnés de chocolat, de fruits, de noix ou de confiserie	Franchise	D
1905.90.90	Autres	10 %	C

ANNEXE 7

PAYS D'ORIGINE DES FOURNISSEURS ET DEGRÉ DE SATISFACTION DES RÉPONDANTS

PRODUITS DE BOULANGERIE

PAYS D'ORIGINE DES FOURNISSEURS ET DEGRÉ DE SATISFACTION DES RÉPONDANTS

PAYS	DEGRE DE SATISFACTION 1	2	3	4	5	NOMBRE TOTAL DE RÉPONDANTS	MOYENNE
Belgique				1	1	2	4,50
Brésil			1			1	3,00
Canada				2	3	5	4,60
Chine		1				1	2,00
Danemark			1	1	4	6	4,50
Finlande				1		1	4,00
France			3	3	2	8	3,88
Hong-Kong				1		1	4,00
Indonésie				1		1	4,00
Irlande			1			1	3,00
Israël			1			1	3,00
Italie			2	1	2	5	4,00
Japon				1	1	2	4,50
Mexique				1		1	4,00
Pays-Bas			1	2	2	5	4,20
Nouvelle-Zélande				1		1	4,00
Orient				1		1	4,00
Scandinavie			1		1	2	4,00
Écosse					1	1	5,00
Corée du Sud			1			1	3,00
Espagne		1		1	1	3	3,67
Suède				1	4	5	4,80
Suisse					1	1	5,00
Taiwan				1		1	4,00
Royaume-Uni		1	1	6	3	11	4,00
Allemagne de l'Ouest		1	1	5	3	10	4,00
TOTAL	0	4	14	31	29	78	

degré de satisfaction :

1 = faible
2 = assez faible
3 = neutre
4 = assez élevé
5 = élevé

ANNEXE 8

FOIRES COMMERCIALES ET PUBLICATIONS DE L'INDUSTRIE AMÉRICAINE

PRINCIPALES FOIRES COMMERCIALES
PRODUITS DE BOULANGERIE

FOIRE	LIEU	DATES	CONTACT
American Bakers Association Expo	Las Vegas, NV	15-19 sept. 1989	Mme Nikki Gayhart (202) 296-5800
Biscuit and Cracker Manufacturers Association Annual Technical Conference	Denver, CO	15-19 oct. 1989	Mme Carol Coffey (202) 898-1636
Food Expo	Hartford, CT	10-12 fév. 1989	George Gonsalves
Food Marketing Institute	McCormick Place, Chicago, IL	7-10 mai 1989	M. Brian E. Tully (202) 452-8444
National Fancy Food Confection Show	San Francisco, CA	19-21 mars 1989	Mme Laura Incerto (203) 964-0000
National Food Distributors Assoc. Show	Boston, MA	juillet 1989	Mme Irene Condon, Directeur de congrès (312) 644-6610
Retail Bakers American	Cincinnati, OH	15-18 avril 1989	M. Richard C. Gohla (301) 277-0990

PUBLICATIONS

Bakers Journal. Naef Publishing Ltd., Ste 209, 106 Lakeshore Rd. E., Port Credit, Ontario, L5G 1E3
Contact : M. E. Naef, editeur, (416) 271-1366

Bakery Production and Marketing. Gorman Publishing Co., Presidents Plaza III, 8750 W. Bryn Mawr Ave., Chicago, IL 60631
Contact : M. Edward M. Lee, (312) 693-3200

Baking Industry Magazine. Putman Publishing Co.,.301E Erie Street, Chicago, IL 60611
Contact : M. Len Ciani, editeur, (312) 644-2020

Fancy Food & Candy. Talcott Communications Corp., 2700 River Road, Des Plaines, IL 60018
Téléphone: (312) 824-7440

Milling and Baking News. Sosland Publishing Co., 9000 W. 67th Street, Merriam, KS 66202
Contact : M. Gordon Davidson, (913) 236-7300

Modern Baking. Donohue-Meehan Publishing Co., 2700 River Road, Des Plaines, IL 60018
Contact : M. Ed Lee, (312) 299-4430

Snack Food Magazine. Harcourt Brace Jovanovich Inc., 7500 Old Oak Blvd., Cleveland, OH 44130
Contact : M.Jerry L. Hess, (216) 243-8100

Specialty Food Magazine. Tarter Communications Inc., 29 Park Avenue, Manhasset, NY 11030
Contact : M. Saul Tarter, editeur (516) 365-9088

ANNEXE 9

SERVICES COMMERCIAUX DU GOUVERNEMENT CANADIEN AU CANADA ET AUX ÉTATS-UNIS

SERVICES COMMERCIAUX DU GOUVERNEMENT CANADIEN AU CANADA

Responsable de la commercialisation aux États-Unis pour ce secteur
Ministère des Affaires extérieures (UTD)
125, promenade Sussex, Ottawa (Ontario) K1A 0G2
Téléphone : 613-993-7343/613-993-5911
Télex : 0533745
Télécopieur : 613-996-9103

Colombie-Britannique
Centre du Commerce international
Ministère de l'Industrie, des Sciences et de la Technologie
P.O. Box 11610
900-650 West Georgia Street
Scotia Tower
Vancouver, B.C.
V6B 5H8
Téléphone : 604-666-0434
Télex : 0451191
Télécopieur : 604-666-8330

Saskatchewan
Centre du Commerce international
Ministère de l'Industrie, des Sciences et de la Technologie
6th Floor
105 - 21st Street East
Saskatoon, Saskatchewan
S7K 0B3
Téléphone : 306-975-4353
Télex : 0742742
Télécopieur : 306-975-5334

Manitoba
Centre du Commerce international
Ministère de l'Industrie, des Sciences et de la Technologie
Suite 608
330 Portage Avenue
Winnipeg, Manitoba
R3C 2V2
Téléphone : 204-983-2097
Télex : 0757624
Télécopieur : 204-983-2187

Alberta
Centre du Commerce international
Ministère de l'Industrie, des Sciences et de la Technologie
The Cornerpoint Building
Suite 505
10179 - 105th Street
Edmonton, Alberta
T5J 3S3
Téléphone : 403-420-2944
Télex : 0372762
Télécopieur : 403-420-4507

Centre du Commerce international
Ministère de l'Industrie, des Sciences et de la Technologie
Harry Hays Building
Suite 630
220 - 4th Avenue S.E.
Calgary, Alberta
T2P 3C3
Téléphone : 403-292-4575
Télécopieur : 403-292-4578

Ontario
Centre du Commerce international
Ministère de l'Industrie, des Sciences et de la Technologie
4th Floor
Dominion Public Building
1 Front Street West
Toronto, Ontario
M5J 1A4
Téléphone : 416-973-5000
Télex : 06524378
Télécopieur : 416-973-8714

Québec
Centre du Commerce international
Ministère de l'Industrie, des Sciences et de la Technologie
Tour de la Bourse
800, place Victoria
Pièce 3800, C.P. 247
Montréal (Québec)
H4Z 1E8
Téléphone : 514-283-6796
Télex : 05560768
Télécopieur : 514-283-3302

Centre du Commerce international
Ministère de l'Industrie, des Sciences et de la Technologie
112, rue Dalhousie
Québec (Québec)
G1K 4C1
Téléphone : 418-648-2506
Télécopieur : 418-648-7291

Île-du-Prince-Édouard
Centre du Commerce international
Ministère de l'Industrie, des Sciences et de la Technologie
Confederation Court Mall
134 Kent Street, Suite 400
P.O. Box 1115
Charlottetown, P.E.I.
C1A 7M8
Téléphone : 902-566-7400
Télex : 01444129
Télécopieur : 902-566-7450

Territoires du Nord-Ouest
Centre du Commerce international
Ministère de l'Industrie, des Sciences et de la Technologie
10th Floor
Precambrian Building
P.O. Bag 6100
Yellowknife, Northwest Territories
X1A 1C0
Téléphone : 403-920-8575
Télécopieur : 403-873-6228

Nouveau-Brunswick
Centre du Commerce international
Ministère de l'Industrie, des Sciences et de la Technologie
Édifice L'Assomption
770, rue Main
C.P. 1210
Moncton (Nouveau-Brunswick)
E1C 8P9
Téléphone : 506-857-6452
Télex : 0142200
Télécopieur : 506-857-6429

Nouvelle-Écosse
Centre du Commerce international
Ministère de l'Industrie, des Sciences et de la Technologie
1496 Lower Water Street
P.O. Box 940, Station M
Halifax, Nova Scotia
B3J 2V9
Téléphone : 902-426-7540
Télex : 01922525
Télécopieur : 902-426-2624

Terre-Neuve
Centre du Commerce international
Ministère de l'Industrie, des Sciences et de la Technologie
90 O'Leary Avenue
P.O. Box 8950
St. John's, Newfoundland
A1B 3R9
Téléphone : 709-772-5511
Télex : 0164749
Télécopieur : 709-772-5093

Yukon
Centre du Commerce international
Ministère de l'Industrie, des Sciences et de la Technologie
Suite 301
108 Lambert St.
Whitehorse, Yukon
Y1A 1Z2
Téléphone : 403-668-4655
Télécopieur : 403-668-5003

DÉLÉGUÉS COMMERCIAUX DU GOUVERNEMENT DU CANADA AUX ÉTATS-UNIS

Ambassade du Canada à Washington
La Section du développement du
commerce et des marchés
501 Pennsylvania Avenue N.W.
Washington, D.C. 20001
Téléphone : 202-682-1740
Télécopieur : 202-682-7726
Télex : 0089664 (DOMCAN A WASH)
Territoire : Washington (D.C.),
Maryland, Delaware, région est de
la Pennsylvanie (y compris
Philadelphie), Virginie

Atlanta
Consulat général du Canada
400 South Tower
One CNN Center
Atlanta, Georgia 30303-2705
Téléphone : 404-577-6810
Télécopieur : 404-524-5046
Télex : 0542676 (DOMCAN ATL)
Territoire : Alabama, Floride,
Géorgie, Mississippi, Caroline du Nord,
Caroline du Sud, Tennessee,
Puerto Rico, Îles-Vierges (Américaines)

Boston
Consulat général du Canada
Three Copley Place, Suite 400
Boston, Massachusetts 02116
Téléphone : 617-262-3760
Télécopieur : 617-262-3415
Télex : 940625 (DOMCAN BSN)
Territoire : Maine,
Massachusetts, New Hampshire,
Rhode Island, Vermont
ainsi que : Saint-Pierre-et-Miquelon

Buffalo
Consulat du Canada
One Marine Midland Center
Suite 3550
Buffalo, New York 14203-2884
Téléphone : 716-852-1247
Télécopieur : 716-852-1247
Télex : 0091329 (DOMCAN BUF)
Territoire : État de New York --
l'Ouest, le Centre et le Nord.

Chicago
Consulat général du Canada
310 South Michigan Avenue, 12th Floor
Chicago, Illinois 60604-4295
Téléphone : 312-427-1031
Télécopieur : 312-922-0637
Télex : 00254171 (DOMCAN CGO)
Territoire : Illinois, Missouri,
Wisconsin, région Quad-City de l'Iowa

Cleveland
Consulat du Canada
Illuminating Building, Suite 1008
55 Public Square
Cleveland, Ohio 44113-1983
Câble : CANADIAN CLEVELAND
Téléphone : 216-771-0150
Télécopieur : 216-771-1688
Télex : 00985364 (DOMCAN CLV)
Territoire : Kentucky, Ohio, Virginie
occidentale, région ouest de la
Pennsylvanie

Dallas
Consulat général du Canada
St. Paul Place, Suite 1700
750 N. St. Paul Street
Dallas, Texas 75201-9990
Câble : CANADIAN DALLAS
Téléphone : 214-922-9806
Télécopieur : 214-922-9811
Télex : 00732637 (DOMCAN DAL)
Territoire : Texas, Arkansas,
Kansas, Louisiane, Nouveau-Mexique, Oklahoma

Détroit
Consulat général du Canada
600 Renaissance Centre
Suite 1100
Detroit, Michigan 48243-1704
Câble : CANADIAN DETROIT
Téléphone : 313-567-2340
Télécopieur : 313-567-2164
Télex : 230715 (DOMCAN DET)
Territoire : ville de Toledo
États : Michigan, Indiana

Los Angeles
Consulat général du Canada
300 South Grand Avenue, 10th Floor
California Plaza
Los Angeles, Californie 90071
Téléphone : 213-687-7432
Télécopieur : 213-520-8827
Télex : 00674119 (DOMCAN LSA)
Territoire : Arizona, Californie,
comté de Clark au Nevada

Minneapolis
Consulat général du Canada
701 Fourth Avenue South
Minneapolis, Minnesota 55415-1078
Téléphone : 612-333-4641
Télécopieur : 612-332-4061
Télex : 290229 (DOMCAN MPS)
Territoire : Iowa, Nebraska, Minnesota,
Dakota du Nord, Dakota du Sud, Montana

New York
Consulat général du Canada
1251 Avenue of the Americas
New York, N.Y. 10020-1175
Câble : CANTRACOM NEW YORK
CITY
Téléphone : 212-768-2400
Télécopieur : 212-768-2441
Télex : 62014481 (DOMCAN NYK)
Territoire : Connecticut,
New Jersey, région sud de l'État
de New York ainsi que : Bermudes

San Francisco
Consulat général du Canada
50 Fremont St., Suite 2100
San Francisco, California 94105
Téléphone : 415-495-6021
Télécopieur : 415-541-7708
Télex : 34321 (DOMCAN SFO)
62014485 (Easylink)
Territoire : Californie (sauf les
10 comtés méridionaux), Colorado,
Hawaii, Nevada (sauf le comté de
Clark), Utah, Wyoming

Seattle
Consulat général du Canada
412 Plaza 600, Sixth and Stewart
Seattle, Washington 98101-1286
Téléphone : 206-443-1777
Télécopieur : 206-443-1782
Télex : 0328762 (DOMCAN SEA)
Territoire : Alaska, Idaho, Oregon,
Washington